

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN *BA' I BITSAMAN AJIL* (BBA) PADA
LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH
(Studi Pada BMT Sabilil Muttaqien Tanggamus).**



Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh
MEI VIA INDRIANI
NPM: 1451020238

Program Studi: Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

LAMPUNG

1439 H / 2018

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN *BA'I BITSAMAN AJIL* (BBA) PADA
LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH
(Studi Pada BMT Sabilil Muttaqien Tanggamus).**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh
MEI VIA INDRIANI
NPM: 1451020238

Program Studi: Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Asriani, S. H., M. H.
Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1439 H / 2018

ABSTRAK

Lembaga keuangan bisa dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, kemajuan lembaga keuangan suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Untuk mengatasi hambatan operasionalisasi daerah dan menjangkau usaha masyarakat kecil menengah, memunculkan usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro syariah, seperti Baitul Mal wat Tamwil (BMT). Dalam hal ini produk-produk di BMT sabilil Muttaqien yang paling dikenal dan diminati adalah *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) karena karakternya yang *profitable*, dalam penerapannya mudah dan sesuai dengan kemampuan nasabah. Dalam mengonsumsi sebuah produk atau jasa seseorang konsumen atau dalam dunia perbankan disebut anggota akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Di jelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah adalah budaya, pribadi, psikologi.

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang menggunakan produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada BMT dan Faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada BMT pada Perspektif ekonomi Islam. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang menggunakan produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Sabilil Muttaqien. Dan Untuk mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada perspektif ekonomi islam pada lembaga keuangan mikro syariah di BMT Sabilil Muttaqien.

Jumlah responden yang ditentukan sebanyak 85 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode aksidental sampling. Teknik analisis data yang dilakukan ialah analisis regresi linier berganda, melalui program SPSS versi 16.0 dengan taraf signifikan 5%.

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah yaitu sebesar 24,5%. Dan Dari hasil penelitian membuktikan bahwa diantara tiga faktor yang terdiri dari faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologi yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah faktor budaya yaitu sebesar 31,9%

Kata kunci: faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi, pembiayaan, lembaga keuangan.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endero Suratmin, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Sukarame, Lampung

PERSETUJUAN

Judul skripsi : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN BA'I BITSAMAN AJIL (BBA) PADA LEMBAGA KUANGAN MIKRO SYARIAH (Studi Pada BMT Sabilil Muttaqien Tanggamus)**

Nama : **Mei Via Indriani**

NPM : **1451020238**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam siding munaqasyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univesitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Dr. Asriani, S.H., M.H
NIP. 196605061992032001

Pembimbing II

Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy
NIP.

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP. 197905142003121003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endero Suratmin, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Sukarame, Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN BA’I BITSAMAN AJIL (BBA) PADA LEMBAGA KUANGAN MIKRO SYARIAH (Studi Pada BMT Sabibil Muttaqien Tanggamus)”**, disusun oleh: **Mei Via Indriani, NPM: 1451020238, Jurusan: Perbankan Syariah**, telah di ujikan dalam sidang munaqosyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Jumat, 26 Oktober 2018.**

TIM MUNAQOSYAH

Ketua : A. Zuliansyah, S.Si.,M.M

(.....)

Sekretaris : Okta Suprianingsih, M.E.Sy

(.....)

Penguji I : Drs. H. Nasrudin, M.Ag

(.....)

Penguji II : Dr. Asriani, S.H..M.H

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag.
NIP.19580824 198903 1 003

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil. Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”. (Qs, An-Nisa’: 29)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang maha pemberi segalanya berupa kebaikan dan dari hati yang terdalam, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Triono dan Ibu sunaryati yang kuhormati dan kubanggakan. Tiada henti memberikan dukungan cinta kasih sayangnnya dengan sepenuh hati merawat, membesarkan, memberi pengajaran hidup yang luar biasa dan selalu mendoakan ku agar senantiasa dalam jalan-Nya. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Saudara ku tersayang Sutamso, Sutomo, Suryadi, ida Sripurwati, Endang Sri Handayani, serta Julian Anas Saputra yang selalu mendoakanku, memotivasiku, memberi semangat yang sangat berarti bagi ku dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung tempatku menimba ilmu-ilmu pengetahuan,semoga semakin sukses, berkualitas dan semakin di depan dengan nilai-nilai kebaikan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis sangat bahagia karena terlahir menjadi anak dari ayahanda Triono dan ibunda Sunaryati. kebahagiaan yang berlipat ganda karena penulis di anugerahkan nama oleh kedua orang tua yaitu Mei Via Indriani. Dilahirkan di Tanggamus 05 Mei 1996. Anak terakhir dari enam bersaudara. Penulis mengawali pendidikan dimulai dari pendidikan dasar di Sekolah Dasar Negeri 2 Wonoharjo, Tanggamus pada tahun 2001 sampai dengan 2007. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Muhammadiyah 1 Gisting Tanggamus pada tahun 2007 sampai tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Muhammadiyah 1 Gisting tahun 2010 sampai tamat tahun 2013. Dan pada tahun 2014, penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Bandar Lampung, Oktober 2018

Mei Via Indriani

1451020238

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ذ	<u>DZ</u>	ظ	<u>ZH</u>	ن	N
ب	B	ر	R	ع	ُ	و	W
ت	T	ز	Z	غ	<u>GH</u>	ه	H
ث	<u>TS</u>	س	S	ف	F	ء	َ
ج	J	ش	<u>SY</u>	ق	Q	ي	Y
ح	<u>H</u>	ص	SH	ك	K		
خ	<u>KH</u>	ض	DH	ل	L		
د	D	ط	<u>TH</u>	م	M		

2. Vokal

Vokal Pendek		Contoh	Vokal	Panjang	Contoh	Vokal Rangkap	
َ	A	جَدَلْ	اَ	Â	سَارَ	يُ٠٠٠	AI
ِ	I	سُفِلْ	يِ	Î	قِيلَ	وُ٠٠٠	AU
ُ	U	دُكِرَ	وُ	Û	يَجُورَ		

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala kemudahan, pertolongan, kasih sayang, serta anugerah yang tak terhingga kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan pujian kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah memberikan contoh akhlakul kharimah bagi seluruh muslim di seluruh dunia. Terwujudnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Perbankan Syariah S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, dengan judul: **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN BA’I BITSAMAN AJIL (BBA) PADA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH (Studi Pada BMT Sabilil Mutaqien)”** ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik petunjuk maupun saran, langsung maupun tidak langsung terutama di lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, mengingat keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, pengalaman dan juga waktu. Namun inilah terbaik yang dapat penulis lakukan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penyempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-

besarnya dan sedalam-dalamnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Moh. Bahrudin, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta Wakil Dekan 1,2 dan 3. Yang selalu memotivasi mahasiswa agar menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai Islami.
2. Ahmad Habibi, S.E., M.E., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Dr. Asriani, S. H., M. H. dan Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy selaku pembimbing yang telah dengan sabar dan penuh perhatian meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, nasehat dan bantuannya dengan sangat baik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh Dosen di Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh Staf Administrasi dan juga seluruh karyawan perpustakaan UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bantuannya kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat ku tersayang Shella, Meri, Yuni, Silva, Siska, Juwita, dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang senantiasa berbagi suka duka, kebahagiaan kesusahan, semangat pantang menyerah dan dukungan hebatnya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan ku PS.F angkatan 2014, Teman KKN kelompok 135 Sragi, Kalianda. Terimakasih atas segala bentuk bantuan kalian dan

motivasi selama ini. Semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat bagi Agama, Nusa dan Bangsa.


Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandar Lampung, Oktober 2018

Mei Via Indriani

1451020238



PLAGIARISME



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
SURAT PERNYATAAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	4
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teoritik.....	12
1. Prilaku Konsumen.....	12
2. Pengambilan Keputusan.....	17
3. Pembiayaan.....	25
4. Lembaga Keuangan.....	35
B. Tinjauan Pustaka.....	38
C. Kerangka Pikir.....	41
D. Hipotesis.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
C. Jenis dan Sumber Data.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
E. Populasi dan Sampel.....	47
F. Teknik Sampling.....	48
G. Metode Analisis Data.....	48
H. Objek Penelitian.....	55
I. Hipotesis Penelitian.....	55
J. Teknik Penulisan.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Sejarah BMT Sabilil Mutaqien.....	57
2. Visi dan Misi BMT Sabilil Mutaqien.....	58
3. Struktur Organisasi BMT Sabilil Mutaqien.....	59
B. Data Karakteristik Responden.....	60
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
D. Uji Asumsi Klasik.....	72
E. Analisis Regresi Berganda.....	75
F. Uji Hipotesis.....	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman	
Tabel 1.1 Jenis dan Jumlah Pembiayaan di BMT Sabilil Mutaqien.....	8
Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Pedaganag.....	60
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Usia Pedagang.....	61
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Agama Pedagang.....	61
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Pendidikan Akhir Pedagang.....	62
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Jenis Dagangan Pedagang.....	63
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Modal Usaha Pedagang.....	64
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Lama Waktu Menjadi Pedagang.....	65
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Pendapatan Pedagang Perhari.....	66
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Pengeluaran Pendapatan Perhari.....	66
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Pembiayaan Yang Diterima Pedagang.....	67
Tabel 4.11 Faktor Kebudayaan.....	68
Tabel 4.12 Faktor Pribadi.....	69
Tabel 4.13 Faktor Psikologi.....	69
Tabel 4.14 Keputusan Memilih Model Pembiayaan <i>Bai' Bitsaman Ajil</i> (BBA) pada lembaga Keuangan.....	70
Tabel 4.15 Crombach's Alpha.....	72
Tabel 4.16 Model Summary.....	73
Tabel 4.17 Coefficient	74
Tabel 4.18 Model Summary.....	75
Tabel 4.19 Anova.....	76
Tabel 4.20 Coefficients	77
Tabel 4.21 Anova.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pembiayaan <i>Bai' Bitsaman Ajil</i> (BBA).....	7
Gambar 2.1 Pembiayaan <i>Bai' Bitsaman Ajil</i> (BBA).....	33
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT Sabilil Mutaqien.....	57
Gambar 4.2 Histogram.....	70
Gambar 4.3 Scatterplot.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Balasan Permohonan Riset
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Pedaganag
- Lampiran 4 Analisis Deskriptif Usia Pedagang
- Lampiran 5 Analisis Deskriptif Agama Pedagang
- Lampiran 6 Analisis Deskriptif Pendidikan Akhir Pedagang
- Lampiran 7 Analisis Deskriptif Jenis Dagangan Pedagang
- Lampiran 8 Analisis Deskriptif Modal Usaha Pedagang
- Lampiran 9 Analisis Deskriptif Lama Waktu Menjadi Pedagang
- Lampiran 10 Analisis Deskriptif Pendapatan Pedagang Perhari
- Lampiran 11 Analisis Deskriptif Pengeluaran Pendapatan Perhari
- Lampiran 12 Analisis Deskriptif Pembiayaan Yang Diterima Pedagang
- Lampiran 13 faktor Kebudayaan
- Lampiran 14 Faktor Pribadi
- Lampiran 15 Faktor Psikologi
- Lampiran 16 Keputusan Memilih Model Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)
- Lampiran 17 Crombach's Alpha
- Lampiran 18 Histogram
- Lampiran 19 *Scatterplot*
- Lampiran 20 Model Summary Anova
- Lampiran 21 Coefficient
- Lampiran 22 Anova
- Lampiran 23 r tabel
- Lampiran 24 f tabel
- Lampiran 25 Blanko Konsultasi PA

Lampiran 26 Berita Acara Munaqosyah

Lampiran 27 Surat Kerja

Lampiran 28 Berita Acara Seminar Proposal



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami proposal ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul proposal ini yaitu : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN BAI' BITSAMAN AJIL (BBA) PADA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH (Study pada BMT Sabilil Muttaqien Tanggamus).**

Maka terlebih dahulu ditegaskan hal-hal yang terkandung dalam judul tersebut:

1. Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.¹
2. Mempengaruhi atau pengaruh dalam istilah penelitian disebut dengan akibat asosiatif yaitu suatu penelitian yang mencari atau pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel yang lain. Daya yang ada atau timbul dari sesuatu, orang, benda, dan sebagainya yang berkuasa.²

¹Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta : Pustaka Amani, 2007), h. 95

² *Ibid.* h. 301

3. Keputusan adalah dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keputusan dibuat untuk mencapai tujuan melalui pelaksanaan atau tindakan.³
4. Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.⁴
5. Pembiayaan adalah pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung infestasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti BMT pada nasabah.⁵
6. *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) adalah ba'i maknanya adalah jual beli dan transaksi. Tsaman maknanya harga, ajil maknanya bertempo atau tidak tunai. Jadi *Ba'i Bitsaman Ajil* adalah transaksi jual beli diman bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, smantara nasabah sebagi pembeli. harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua belah pihak menyepakati harga jual dan waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Proses pembayaran

³ *Ibid.* h. 331

⁴ *Ibid.* h. 294

⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* , (Jakarta: Kencana, 2011), h.105

dilakukan dengan cara mencicil. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.⁶

7. Lembaga keuangan mikro syariah adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat. Lembaga keuangan yang menyalurkan uang kepada masyarakat dengan menepati hukum yang ada dalam islam. Lembaga keuangan ini sangat menghindari adanya riba pada proses transaksinya.⁷

8. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah *baitul maal wa tamwil* terdiri dari 2 istilah yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *baitul maal* diartikan sebagai rumah dana atau harta, *baitul tamwil* diartikan sebagai rumah usaha atau rumah pembiayaan. Jadi *Baitul Maal Wa Tamwil* adalah sekelompok orang yang menyatukan diri untuk saling membantu dan bekerja sama membangun sumber pelayanan keuangan guna mendorong dan mengembangkan usaha produktif dan meningkatkan taraf hidup anggota dan keluarga. Jadi BMT ialah suatu lembaga yang mengarah pada usaha-usaha pada pengumpulan dan penyaluran dana untuk meningkatkan taraf hidup para anggota dan keluarganya yang berdasarkan atau berlandaskan prinsip syariah.⁸

⁶ Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Prakti*, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2010), h. 41

⁷ Amin Kuncoro, "Kinerja Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dan Upaya Untuk Mempertahankan Eksistensi Perilaku Masyarakat Pedesaan". *Jurnal Analisis Akuntansi Dan Perpajakan*, Vol. 1, No. 1 (2017), h. 68.

⁸ Suharwadi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta : Sinar Grafik, 2004), h. 144

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

Penelitian ini dilakukan karena dalam menjalankan sebuah usaha para pedagang kadang kala mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya. Kesulitan tersebut karena kurangnya pengetahuan dan juga keterampilan yang dimiliki oleh para pedagang. Selain itu kurangnya modal yang dimiliki juga menjadi permasalahan untuk mengembangkan usahannya, maka dari itu hal ini menarik untuk diteliti.

2. Alasan Subyektif

- a. Pokok bahasan sesuai dengan jurusan yaitu perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, yang merupakan satu kajian ilmu yang berkaitan dengan Pengaruh Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
- b. Penulis optimis bahwa penelitian ini dapat diselesaikan hal ini didukung dengan tersediannya literatur-literatur diperpustakaan maupun sumber lainnya seperti jurnal, artikel dan data yang diperlukan berkaitan dengan Pengaruh Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
- c. Sesuai dengan jurusan penulis tekuni (Perbankan Syariah) dengan meneliti Pengaruh Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, yang berlokasi di Desa Purwodadi, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus.

C. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan mikro dalam waktu terakhir telah menjadi suatu wacana global yang diyakini oleh banyak pihak menjadi metode untuk mengatasi kemiskinan. Munculnya banyak lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan syariah, termasuk di dalamnya lembaga keuangan mikro syariah yang lebih menarik anggota terutama mereka yang memiliki usaha menengah kebawah. Ini bisa menjadi bukti awal diterimanya dengan baik sistem ekonomi berdasarkan syariah di tengah masyarakat. Disamping itu peran lembaga keuangan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Lembaga keuangan bisa dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, kemajuan lembaga keuangan suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan⁹.

Untuk mengatasi hambatan operasionalisasi daerah dan menjangkau usaha masyarakat kecil menengah, memunculkan usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro syariah, seperti *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT). *Baitul Mal wat Tamwil* merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang diharapkan mampu menjangkau masyarakat yang berada di lapisan bawah. BMT terbentuk sebagai lembaga dengan model sederhana yang mampu berfungsi sebagai jantung kegiatan ekonomi masyarakat pada lapisan bawah. Perkembangannya semakin baik yang disebabkan karena lembaga keuangan mikro syariah lebih mandiri dan mengakar kepada masyarakat. Selain itu, sistem prosedur simpanan yang sederhana dan pembiayaan yang

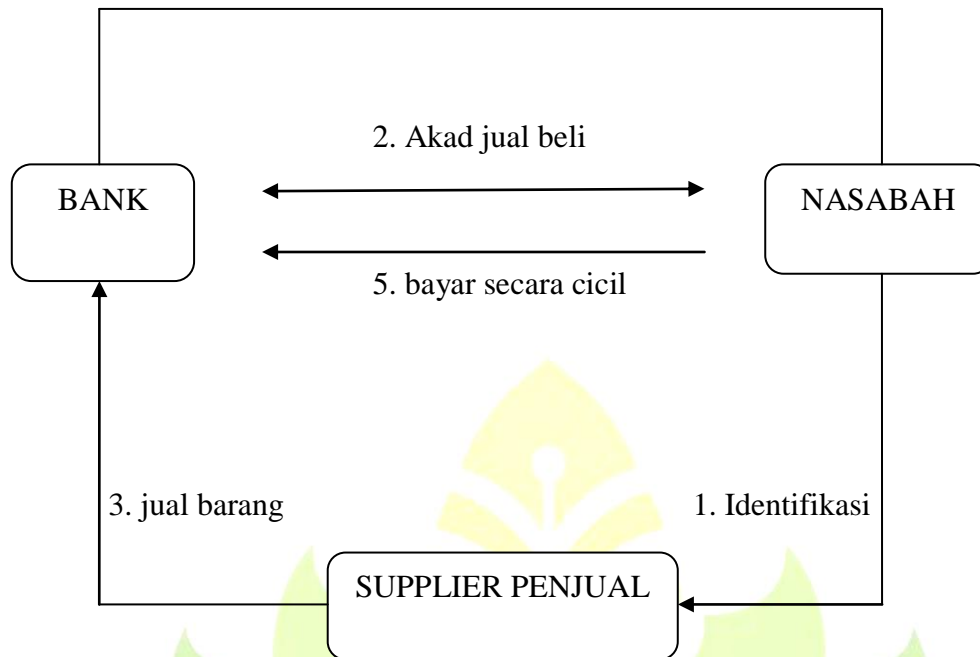
⁹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2012), h. 2

murah serta jangkauan pelayanan yang luas ini menjadikan nilai tambah bagi lembaga keuangan mikro syariah. Keberadaan BMT masih cukup strategis mengingat BMT mempunyai akses dalam menjangkau masyarakat level bawah, sehingga bisa menjadi stimulator bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.¹⁰

Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana yang secara teknis finansial dapat dikembangkan oleh lembaga keuangan syariah, hal ini dimungkinkan karena sistem syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Pembangunan kualitas sumber daya manusia yang mumpuni dan memberi kemanfaatan lebih sehingga keberadaan lembaga keuangan mikro syariah dapat dinikmati masyarakat keseluruhan. Adanya sosialisasi keseluruhan lapisan masyarakat menengah kebawah untuk memaparkan produk-produk yang dimiliki, sehingga masyarakat paham akan apa itu lembaga keuangan mikro syariah serta produk-produk yang dimiliki nya, Motivasi anggota untuk memilih suatu produk adalah manfaat yang diperoleh dari produk tersebut dalam meningkatkan kualitas dengan menjadikan tolak ukur kepuasan dari anggotanya. Produk yang digunakan nantinya dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehingga tercipta kepuasan. Dari keinginan inilah memunculkan keputusan seorang nasabah untuk menggunakan suatu produk.

¹⁰Ilah Padilah, “Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan”. (Skripsi Program Studi Muamalat Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), h.1

Gambar 1.1 Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil (BBA)



Sumber data BMT Sabilil Mutaqien 2018

Secara umum aplikasi perbankan dari pembiayaan BBA adalah sebagai berikut, bank dengan nasabah melakukan akad perjanjian jual beli untuk menyepakati margin dan harga jual. Setelah itu nasabah memilih barang yang diinginkan sebelum kemudian supplier menjual barangnya ke bank yang sudah melakukan perjanjian dengan nasabah, lalu bank memberikan barang tersebut ke nasabah dan nasabah membayar harga jual barang ditambah margin dengan cara dicicil. Berikut adalah jenis dan jumlah pembiayaan di BMT Sabilil Mutaqien,

Tabel 1.1 Jenis dan Jumlah Pembiayaan di BMT Sabilil Mutaqien

Jenis Pembiayaan	Jumlah
Mudharabah	-
Musyarakah	-
Murabahah	52
Bai Bitsaman Ajil (BBA)	563
Wakalah	-
Hiwalah	-
Istishna	12
Salam	-

Sumber data BMT Sabilil Mutaqien Tanggamus, 2018

Dari tabel diatas menunjukan bahwa pembiayaan yang paling besar atau diminati adalah pembiayaan Bai Bitsaman Ajil (BBA) sebesar 563 nasabah, pembiayaan tersebut diminati karena karakternya yang *profitable*, dalam penerapannya mudah dan sesuai dengan kemampuan nasabah. Penerapan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Sabilil MuttAQien ini adalah dengan BMT menjual barang kepada nasabah yang membutuhkan dengan harga asal dengan ditambah margin keuntungan yang telah disepakati, dan dibayar secara mengangsur. Pembiayaan ini sangat dianjurkan oleh BMT untuk para calon peminjam, karena pembiayaan ini sejalan dengan syariat islam. Sebagaimana yang diterangkan dalam firman Allah berikut ini:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang-orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhan-nya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya. (Q.S Al-Baqarah 275).¹¹

Perilaku konsumen merupakan suatu perilaku yang dipertimbangkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dalam mengonsumsi sebuah produk atau jasa seseorang konsumen atau dalam dunia perbankan disebut anggota akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Di jelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah adalah budaya, pribadi, psikologi. Preferensi konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah di Tanggamus lebih disebabkan alasan agama, reputasi bank, nilai bagi hasil, prosedur cepat dan mudah serta lokasi yang dekat tempat tinggal. Lembaga keuangan merupakan perusahaan yang menjual jasa melalui pelayanan. Nasabah akan menilai kepuasan melalui interaksinya dengan pegawai yang

¹¹ Anggota IKAPI, *Al- 'Aliyy Al-Quran dan Terjemahannya* , (Jawa Barat: Diponegoro, 2006), h. 36.

melayaninya. Mereka akan merasa kepuasan atas jasa yang telah dibelinya melalui sikap dan etika dari pegawai lembaga tersebut. Sehingga etika seorang pegawai bisa menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti ” Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Study pada BMT Sabilil Muttaqien Tanggamus).

D. Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang menggunakan produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada BMT ?
2. Faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada perspektif ekonomi islam pada BMT?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang menggunakan produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Sabilil Muttaqien.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada perspektif ekonomi islam pada lembaga keuangan mikro syariah di BMT Sabilil Muttaqien.

F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, wawasan dalam dunia perbankan syariah. Khususnya Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di BMT Sabilil Muttaqien.

2. Bagi Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan literatur serta referensi yang dapat dijadikan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan yang sama.

3. Bagi perusahaan

Memberikan informasi kepada manajemen perusahaan perbankan dan koperasi jasa keuangan syariah untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan Pengaruh Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah pada BMT Sabilil Muttaqien.

4. Manfaat bagi masyarakat

Memberi informasi kepada Masyarakat tentang produk-produk pada BMT sehingga masyarakat dapat mengetahui keuntungan yang ada pada setiap produk-produk tersebut dan dapat menggunakannya sebagai pilihan simpanan atau pinjaman.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teoritik

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Atau dalam arti lain pemahaman perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.¹²

Perilaku konsumen itu dinamis, berarti bahwa perilaku seseorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen biaya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk dan individu atau grup tertentu.¹³

¹² Kotler Philip, Gary Arsmtrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 158

¹³ *Ibid.* h. 158

Sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama sepanjang waktu, pasar dan individu. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, itu merupakan hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen yaitu pertukaran antar individu.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

1) Faktor-faktor Kebudayaan¹⁴

a) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

b) Subbudaya

Kelompok budaya berbeda yang ada sebagai segmen yang dapat dikenali dalam suatu masyarakat yang lebih besar dan lebih kompleks. Pembagian subbudaya ini didasarkan pada berbagai macam variabel sosial budaya dan demografis seperti kebangsaan, agama, lokasi, geografis, ras, usia, gender, dan bahkan status pekerjaan.

c) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki antara insan atau kelompok manusia dalam masyarakat atau

¹⁴ *Ibid.* h. 159

budaya. Biasanya kebanyakan masyarakat memiliki golongan sosial, namun tidak semua masyarakat memiliki jenis-jenis kategori golongan sosial yang sama

2) Faktor Pribadi¹⁵

- a) Umum dan tahapan dalam siklus hidup. Konsumsi juga dapat dibentuk dalam tahapan siklus hidup keluarga.
- b) Pekerja. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk jasa tertentu.
- c) Gaya hidup. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapatan seseorang.
- d) Keadaan ekonomi. Yaitu pendapatan yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.
- e) Kepribadian dan konsep diri. Yaitu karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap seseorang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisiten.

3) Faktor psikologis¹⁶

- a) Motivasi. Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisikologis tertentu, seperti rasa lapar, has, resah tidak nyaman.

¹⁵ *Ibid.* h. 169

¹⁶ *Ibid.* h. 172

- b) Persepsi. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memiliki, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.
- c) Proses belajar. Proses ini menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- d) Kepercayaan dan sikap. Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

c. Prilaku Konsumen Islami

Prilaku konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari prilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang.¹⁷

Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

- 1) Nilai guna barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

¹⁷ Nugraha J. Setiadi, *Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 3

- 2) Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang dipasar.
- 3) Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat.

Bebeda dengan konsumen konvensional. Seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi yaitu pertama untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya dan sebagiannya lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah. Dalam bidang konsumsi, islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang terbatas. Norma islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hirarkisnya kebutuhan manusia meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan.¹⁸

Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah dan sederhana. Berlebihan berarti mengeluarkan pembelanjaan yang tidak memiliki manfaat dan dilarang menurut hukum islam. Pembelanjaan yang diajurkan menurut islam adalah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dilakukan secara rasional.

d. Dasar hukum perilaku konsumen

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا
اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

¹⁸ Ibid.

Artinya: *Wahai anak cucu adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (Q.S Al-a'raf: 31)*¹⁹

2. Pengambilan Keputusan

a. Proses pengambilan keputusan pembelian²⁰

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut pengenalan usaha, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

1) Pengenalan masalah adalah proses pembelian diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya.

2) Pencarian informasi, seseorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat yaitu keadaan tingkat pencarian informasi sedang-sedang saja dan keadaan tingkat pencarian informasi secara aktif ia mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain. salah satu kunci bagi pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli.

¹⁹ Anggota IKAPI, *Al- 'Aliyy Al-Quran dan Terjemahannya* , (Jawa Barat: Diponegoro, 2006), h. 122

²⁰ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Op.Cit.* h. 179

- 3) Evaluasi alternatif adalah beberapa proses evaluasi keputusan, kebudayaan proses evaluasi konsumen bersifat kognitif.
 - 4) Keputusan membeli adalah pada tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi terhadap merk-merk yang terdapat pada perangkat pilihan.
 - 5) Keputusan sesudah pembelian.
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)

Diperoleh data data dari BMT Sabilil Muttaqien menyebutkan pada Maret 2018, bahwa jumlah masyarakat yang berminat melakukan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) lebih besar dibanding dengan pembiayaan lainnya, murabahah, musyarakah, istishna dan ijarah. Berdasarkan observasi penelitian, meski lembaga keuangan syariah telah memberikan kemudahan kepada masyarakat melalui produk-produk pembiayaan, tidak jarang dari masyarakat masih memilih meminjam dana ke perorangan seperti rentenir dari pada melalui lembaga keuangan syariah, sebagian masyarakat mengatakan bahwa administrasi di lembaga keuangan syariah susah, harus adanya jaminan dan pencairannya tidak bisa dilakukan secara langsung tidak seperti yang dilakukan oleh rentenir.²¹

Adanya masyarakat yang masih mengakses pinjaman dari rentenir dikarenakan prosesnya cepat dan persyaratn mudah, meski disisi lain bunga yang ditetapkan cukup tinggi, pihaknya mengakui satu keunggulan

²¹ Philip Kolter, Gary Arsmtrong, *Op.Cit.* h. 177

rentenir yang sampai saat ini tidak bisa diikuti kalangan bank umum adalah sistem kerja mereka 24 jam. Kendalanya masyarakat yang akan memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) tidak semua mengerti apa itu pembiayaan BBA sehingga membuat mereka ragu untuk memutuskan melakukan pembiayaan BBA, dan tidak semua mampu memenuhi persyaratan pembiayaan BBA tersebut.

Keterbatasan masyarakat dalam memutuskan pemilihan suatu produk pembiayaan, dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yaitu faktor kebudayaan, faktor psikologi dan faktor pribadi. Keraguan dan ketidakmampuan pemenuhan persyaratan administrasi pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pada seseorang konsumen dalam memutuskan melakukan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) atau tidak, didasarkan oleh keadaan internal konsumen tersebut. Ada tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA antara lain:

1) Faktor Kebudayaan²²

Kebudayaan ini sifatnya sangat halus, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan ini didefinisikan simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

²² Philip Kolter, Gary Arsmtrong, *Op.Cit.* h.180

Simbol tersebut dapat bersifat tidak kentara seperti, sikap, pendapat, kepercayaan, nilai, bahasa, dan agama atau dapat pula bersifat kentara seperti orang, dapat merasakan lapar, tetapi apa yang harus dimakan dan bagaimana caranya untuk memuaskan rasa lapar tersebut, semua itu dapat terjadi dalam kebudayaan. Jadi, dalam kenyataan memang banyak manusia yang ditentukan oleh kebudayaan, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu dengan perkembangan jaman dari masyarakat tersebut.

Faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku, peran budaya, subbudaya, kelas sosial yang sangat penting. Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang, subbudaya merupakan identifikasi dari sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya ada empat macam subbudaya yakni terdiri dari kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras dan kelompok geografis. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2) Kepribadian²³

Dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak. Sebenarnya, pengaruh sifat kepribadian konsumen terhadap pandangan dan perilaku

²³ Kolter Philip, Gary Arsmtrong, *Op.Cit.* h.183

pembelinya adalah sangat umum. Dan usaha-usaha untuk menghubungkan norma kepribadian dengan berbagai macam tindakan pembelian konsumen umumnya tidak berhasil. Namun para ahli tetap percaya bahwa kepribadian itu juga mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Faktor pribadi, terdiri dari beberapa indikator.

Pertama kebutuhan, seseorang konsumen akan melakukan pembelian suatu produk atau barang karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan yang bersifat mendesak maupun tidak. Oleh sebab itu konsumen akan mencari bantuan untuk mengurangi beban biaya dalam memenuhi kebutuhannya dengan memilih melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah tertentu. Kebutuhan tersebut dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Apabila kebutuhan konsumen tidak terpenuhi maka ia akan menunjukkan perilaku kecewa, tetapi sebaliknya bila kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku gembira sebagai *manifestasi* rasa puasnya.²⁴

Kedua pendapatan, pendapatan ditentukan oleh kemampuan faktor-faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor-faktor produksi menghasilkan barang dan jasa, maka akan semakin besar pula pendapatan yang diciptakan. Pendapatan seseorang dapat dibagi menjadi dua bentuk yaitu pendapatan berupa uang dan berupa barang. Jika dikaitkan dengan

²⁴ Philip Kolter, Gary Arsmstrong, *Op.Cit.* h.185

keputusan konsumen terhadap suatu produk, seperti pembiayaan, tinggi rendahnya pendapatan seseorang dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian seseorang.

Ketiga pengetahuan, pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga aspek, yaitu pengetahuan produk, yang merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Masyarakat atau nasabah perlu menyadari akan kategori atau merek produk, terminologi produk, dan ciri-ciri suatu produk yang ia butuhkan terutama pada produk pembiayaan. Pengetahuan pembeli, yaitu mengetahui informasi mengenai dimana produk pembiayaan tersebut didapatkan dan kapan harus terjadi. Pengetahuan pemakaian, mencakup informasi mengenai bagaimana produk pembiayaan dapat digunakan atau dimanfaatkan. Pengetahuan pemakain konsumen dianggap penting karena, pada dasarnya konsumen akan lebih kecil melakukan pembelian terhadap suatu produk jika tidak memiliki informasi yang cukup, tentang bagaimana cara menggunakan produk tersebut atau tentang dimana suatu produk tersebut didapatkan.²⁵

Keempat persepsi, merupakan suatu proses dimana individu memilih mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan menjadi suatu yang bermakna. Seseorang akan memutuskan pembelian suatu barang dapat dilihat dari sisi kualitas atau nilainya. Salah satunya persepsi terhadap kualitas produk, konsumen akan

²⁵ Philip Kotler, Gary Arsmtrong, *Op.Cit.* h.187

mempersepsikan produk tersebut memiliki kualitas rendah apabila produk tersebut berkualitas rendah. Maka keputusan konsumen untuk membeli suatu barang tersebut dipengaruhi oleh persepsi konsumen itu sendiri, bukan berdasarkan realitasnya, begitu juga dalam memilih pembiayaan disuatu lembaga keuangan syariah.

3) Faktor Psikologi²⁶

Faktor psikologi yang berpengaruh terhadap perilaku seorang konsumen meliputi beberapa unsur penting yaitu motivasi, belajar, kepribadian dan konsep diri, yang meliputi sikap yakni motivasi, suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu, motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kapuasa.

Persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Belajar, proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Secara teori, pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan, dan penguatan.

Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu, sedangkan sikap adalah organisasi dari motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan

²⁶ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Op.Cit.* h.182

proses kognitif kepada suatu aspek. Melalui tindakan dan proses belajar orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli atau nasabah.

Dalam mengambil keputusan seseorang sering dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain, unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Yang dimaksud dalam kondisi unik adalah masalah tersebut tidak mempunyai preseden dan dimasa depan mungkin tidak akan berulang kembali. Tidak pasti maksudnya faktor-faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Jangka panjang maksudnya bahwa implikasi memiliki jangkauan yang cukup jauh ke depan dan melibatkan sumber-sumber usaha yang penting. Adapun kompleks yaitu dalam pengertiannya preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.²⁷

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk referensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembeli, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan merk, penyaluran, kualitas, waktu, dan metode pembayaran. Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur tujuh komponen yaitu,

²⁷ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Op.Cit.* h.190

keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merk, keputusan tentang penjual, keputusan tentang jumlah produk, dan keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara bayar.

Dalam suatu pembelian barang keputusan yang diambil tidak selalu beruntun seperti dimuka. Pada situasi pembelian seperti penyelesaian masalah ekstensif, keputusan yang diambil dapat bermula dari keputusan tentang penjual karena penjual dapat membantu merumuskan perbedaan-perbedaan antara bentuk-bentuk dan merk produk.

3. Pembiayaan

a. Pengertian pembiayaan

Pembiayaan dalam perbankan konvensional dikenal dengan istilah kredit, pengertian kredit adalah penyediaan atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu. Jika seseorang menggunakan jasa kredit akan dikenakan tagihan.²⁸

b. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)

1) Pengertian *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)

Istilah *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) sesungguhnya istilah yang baru dalam literatur fiqh islam. Meskipun prinsipnya memang sudah

²⁸ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 40

ada sejak masa lalu. Secara makna harafiyah, bai' artinya adalah jual beli atau transaksi. Tsaman artinya adalah harga dan ajil artinya adalah bertempo atau tidak tunai. Jenis transaksi ini sesuai dengan namanya adalah jual beli yang uangnya diberikan kemudian atau ditangguhkan. Tsaman ajil artinya adalah harga belakangan, maksudnya harga barang itu berbeda dengan bila dilakukan dengan tunai.²⁹

Dalam arti lain *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) pembiayaan berakad jual beli adalah suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara bank islam dengan nasabah, dimana bank islam menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembeli barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara menyicil atau angsuran. Jumlah kewajiban yang dibayarkan oleh peminjaman adalah jumlah atas harga barang modal dan *mark-up* yang disepakati.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) merupakan pembiayaan yang berakad jual beli dimana suatu perjanjian yang disepakati antara BMT dengan anggotanya, BMT menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembeli barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran. Jumlah kewajiban yang

²⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), h.

harus dibayar oleh peminjam adalah jumlah atas dasar harga barang modal dan *mark-up* yang telah disepakati.³⁰

2) Rukun dan syarat *bai' bitsaman ajil* (BBA)

BBA adalah *Bai' almurabahah* yang dibayarkan secara tangguh. Syarat-syarat dan rukun dasar dari produk ini sama dengan murabahah. Perbedaan diantara keduanya terletak pada cara pembayaran, dimana pada pembiayaan murabahah pembayaran ditunaikan setelah berlangsungnya akad kredit, sedangkan pada pembiayaan *al bai' bitsaman ajil* (BBA) cicilan baru dilakukan setelah nasabah penerima barang mampu memperlihatkan hasil usahanya. Rukunnya yaitu:³¹

- a) Penjual
- b) Pembeli
- c) Barang yang diperjual belikan
- d) Harga
- e) Ijab dan kabul.

Syarat-syarat *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA):

- a) Pihak yang berakad

Sama-sama ridho atau ikhlas dan Mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli

- b) Barang objek

³⁰ *Ibid.* h. 193

³¹ *Ibid.* h. 194

Barang meskipun tidak ditempat, namun ada pernyataan kesanggupan untuk mengadakan barang tersebut, Barang itu milik sang penjual dan sesuai dengan pernyataan penjual, Barang yang diperjual belikan harus berwujud, Tidak termasuk kategori yang diharamkan

c) Harga

Harga jual beli bank adalah harga beli ditambah margin keuntungan, Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian, Sistem pembayaran dan jangka waktunya disepakati bersama.

3) Landasan hukum

Al-Quran mengizinkan transaksi dalam bisnis selagi transaksi tersebut tidak keluar dari konteks Syariah (agama). Adapun ayat-ayat yang dapat dijadikan rujukan dasar akad BBA adalah sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa': 29).³²

³² Anggota IKAPI, *Op.Cit.* h. 65

4) Manfaat dan Resiko *Al-Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)

Sesuai dengan sifat bisnis, transaksi *al-bai bitsaman ajil* memiliki beberapa manfaat, demikian juga resiko yang harus diantisipasi. *Al-bai' bitsaman ajil* banyak memberikan manfaat kepada bank syariah yaitu:

- a) Adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah.
- b) sistem *al-bai bitsaman ajil* juga sangat sederhana. Hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya di lembaga keuangan syariah.

Diantara kemungkinan resiko yang harus diantisipasi antara lain sebagai berikut:

- a) *Defaul* atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran.
- b) Fluktuasi harga komporatif, ini terjadi bila harga suatu barang dipasar naik setelah bank membelikannya untuk nasabah. Bank tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut.
- c) Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Bisa saja terjadi karena rusak dalam perjalanan sehingga nasabah tidak mau menerimanya. Karena itu, sebaiknya dilindungi dengan angsuran. Kemungkinan lain karena spesifik barang tidak sesuai, dengan demikian bank mempunyai resiko untuk menjualnya kepada pihak lain.

d) Dijual, karena *al-bai bitsaman ajil* bersifat jual beli dengan utang, maka ketika kontrak ditandatangani barang itu menjadi milik nasabah. Nasabah bebas melakukan apapun terhadap aset miliknya tersebut, termasuk untuk menjualnya. Jika terjadi demikian, resiko untuk *default* akan besar.³³

5) Tahapan pembiayaan *bai' bitsaman ajil* (BBA)

Ada beberapa tahap pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) antara lain sebagai berikut:

- a) Bank mengangkat nasabah sebagai nasabah sebagai agen bank
- b) Nasabah dalam kapasitas sebagai agen bank, melakukan pembelian barang modal atas nama bank
- c) Bank menjual barang modal tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan bank (*mark-up*)
- d) Nasabah membeli barang modal tersebut dan pembayarannya dilakukan secara mencicil untuk jangka masa yang telah disepakati.³⁴

6) Tujuan pembiayaan *bai' bitsaman ajil* (BBA)

Pembiayaan BBA bertujuan untuk membantu nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang modal (investasi) yang tidak mampu membeli secara konstan. Maksudnya, pembiayaan BBA ini berguna untuk membantu para nasabah agar dapat memenuhi barang-

³³ *Ibid.* h. 195

³⁴ *Ibid.* h. 193

barang kebutuhannya dengan cara dibeli oleh pihak bank atau BMT.

7) Bagi Hasil

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan kegiatan usaha. Didalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (Akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan dimasing-masing pihak tanpa adanya unsur paksa.³⁵

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Prinsipil bagi hasil dalam diartikan sebagai prinsip muamalat berdasarkan syariah dalam melakukan usaha bank seperti dalam hal:

- a) Menetapkan imbalan yang akan diberikan masyarakat sehubungan dengan penggunaan atau pemanfaatan dana masyarakat yang dipercaya.

³⁵ *Ibid.* h. 48

- b) Menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan menyediakan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik dalam bentuk investasi maupun modal kerja.
- c) Menetapkan imbalan sehubungan dengan kegiatan lain yang dilakukan oleh bank investasi maupun modal kerja.

Prinsip bagi hasil merupakan karakteristik umum dalam landasan dasar bagi operasional bank islam secara keseluruhan, dimana bank islam berdasarkan kaidah BBA dengan menjadikan bank sebagai mitra bagi nasabah ataupun bagi pengusaha yang meminjam dana. Berdasarkan pendapat diatas bagi hasil adalah bentuk *retrun* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembalian itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah. Metode bagi hasil terdiri dari dua sistem yaitu:³⁶

- a) Bagi untung (*profit sharing*) adalah bagi hasil yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya pengelolaan dana. Dalam sistem syariah pola ini dapat digunakan untuk keperluan distribusi hasil usaha lembaga keuangan syariah.³⁷
- b) Bagi hasil (*revenu sharing*) adalah bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana. Dalam sistem syariah pola ini

³⁶ Muhammad, *Majajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP Ampykn, 2005), h. 105

³⁷ *Ibid.* h. 106

dapat digunakan untuk keperluan distribusi hasil usaha lembaga keuangan syariah.³⁸

Aplikasi perbankan syariah pada umumnya, bank dapat menggunakan sistem *profit sharing* maupun *revenue sharing* tergantung kepada kebijakan masing-masing bank untuk memilih salah satu dari sistem yang ada. Bank-bank syariah yang ada di Indonesia saat ini semuanya menggunakan perhitungan bagi hasil atas dasar *revenue sharing* untuk mendistribusikan bagi hasil kepada para pemilik dana. Suatu bank menggunakan sistem *profit sharing* dimana bagi hasil dihitung dari pendapatan netto setelah dikurangi biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah bagi hasil yang akan diterima oleh para *sahibul maal* (pemilik dana) akan semakin kecil, tentunya akan mempunyai dampak yang cukup signifikan apabila ternyata secara umum tingkat suku bunga pasar lebih tinggi.

Kondisi ini akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada bank syariah yang berdampak menurunnya jumlah dana pihak ketiga secara keseluruhan, tetapi apabila bank tetap ingin mempertahankan sistem *profit sharing* tersebut dalam perhitungan bagi hasil mereka, maka jalan satu-satunya untuk menghindari resiko-resiko tersebut, dengan cara bank harus mengalokasikan sebagian dari porsi bagi hasil yang mereka terima untuk subsidi terhadap bagi hasil yang akan dibagikan kepada nasabah pemilik dana.

³⁸ *Ibid.* h. 277

8). Perbedaan Murabahah dan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)

Murabahah yaitu kontrak jual-beli dimana barang yang diperjual belikan tersebut diserahkan segera sedangkan harga (pokok dan margin keuntungan yang disepakati bersama) dibayar dikemudian hari secara sekaligus. Dalam prakteknya, bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan kewajiban membayar secara tangguh dan *lump sum*.³⁹

BBA yaitu kontrak murabahah dimana barang yang diperjual belikan tersebut diserahkan dengan segera sedang harga barang tersebut dibayar dikemudian hari secara angsur. Dalam prakteknya pada bank sama dengan murabahah hanya saja kewajiban nasabah dilakukan secara angsuran.

Jadi pada dasarnya transaksi BBA merupakan jenis kontrak murabahah dimana kewajiban nasabah dilakukan secara angsur dan untuk transaksi murabahah kewajiban nasabah dilakukan secara tangguh dan sekaligus.

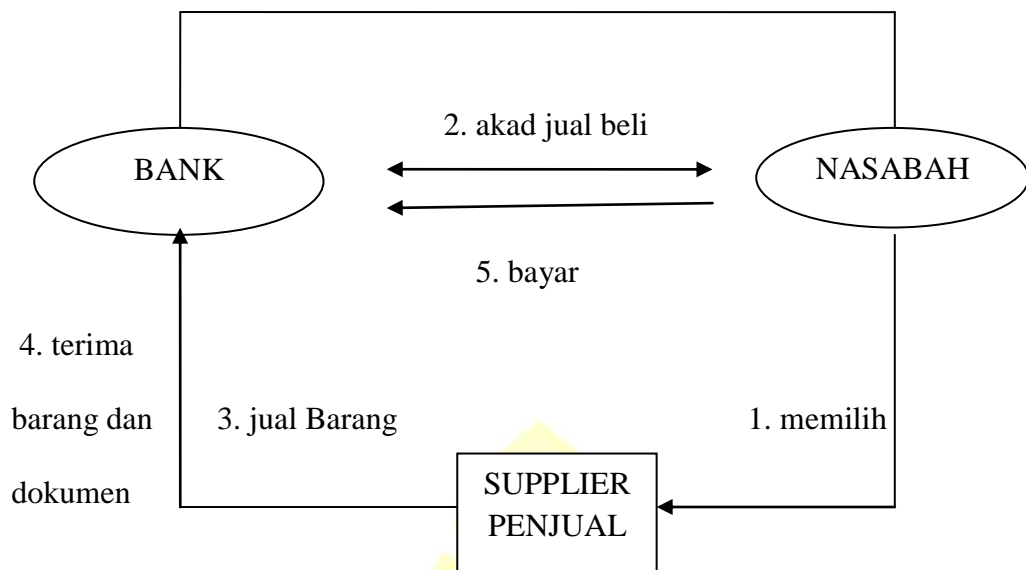
9). Sekema pembiayaan *bai' bitsaman ajil* (BBA)

Secara umum, aplikasi perbankan dari *al-bai' bitsaman ajil* (BBA) dapat digambarkan sebagai berikut:⁴⁰

³⁹ Ascarya, *Op.Cit.* h. 81

⁴⁰ Ascariya, *Op.Cit.* h. 193

Gambar 2.1 pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA)



Sumber Ascariya 2013

4. Lembaga Keuangan

a. Lembaga keuangan bank syariah⁴¹

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengn:

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
- 2) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiyah bittamlik.
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabaha, salam, dan istishna.
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh
- 5) Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah multi jasa

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan natara bank syariah dan atau unit usaha syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang

⁴¹ Muhammad, *Op.Cit.* h. 2

dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan devisit unit.

Secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- 1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli
- 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa
- 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
- 4) Pembiayaan dengan akad pelengkap.

b. Lembaga keuangan Non bank

- 1) *Baitul Maal Wal Tanwil* (BMT)

BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isi nya berintikan *bayt al-maal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan infestasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain: mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu BMT juga dapat menerima titipan zakat, infak,

dan sedekah, serta menyalurkan sesuai peraturannya. BMT memiliki ciri-ciri sebagai berikut:⁴²

- a) Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.
- b) Bukan lembaga sosial tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak, dan sedekah bagi kesejahteraan bagi orang banyak.
- c) Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat sekitarnya.
- d) Milik bersama masyarakat kecil, bawah, dan kecil dari lingkungan BMT itu sendiri, bukan milik seseorang atau orang dari masyarakat itu.⁴³

2) Jenis usaha BMT

Jenis-jenis usaha BMT sebenarnya dimodifikasi dari produk perbankan Islam. Oleh karena itu usaha BMT dapat dibagi kedalam dua bagian utama, yaitu memobilisasi simpanan dari anggota dan pembiayaan. Bentuk dari memobilisasi simpanan dari anggota dan jamaah antara lain berupa:

- a) Simpanan mudharabah
- b) Simpanan mudharabah pendidikan
- c) Simpanan mudharabah haji

⁴² Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.

⁴³ *Ibid.* h. 454

- d) Simpanan mudharabah umrah
- e) Simpanan mudharabah kurban
- f) Simpanan mudharabah idul fitri
- g) Simpanan mudharabah walimah
- h) Simpanan mudharabah akiakh
- i) Simpanan mudharabah perumahan

Sedangkkn jenis usaha pembiayaan lebih diarahkan pada pembiayaan usaha mikro, kecil bawah dan bawah. Diantara usaha pembiayaan usaha tersebut adalah:

- a) Pembiayaan *mudharabah*
- b) Pembiayaan *musyarakah*
- c) Pembiayaan *murabahah*
- d) Pembiayaaan *al bai' bitsaman ajil* (BBA)
- e) *Al qardhul hasan*⁴⁴

B. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang kita lalui untuk mendapatkan teori baru terdahulu. Tinjauan pustaka memiliki beberapa fungsi diantaranya yaitu menyediakan informasi tentang penelitian-penelitian yang lampau yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Proses ini menghindari pengulangan (*duplication*) yang tidak disengaja dari penelitian penelitian terdahulu dan membimbing kita pada apa yang perlu diselidiki. Disamping itu memberikan rasa percaya diri sebab melalui kajian pustaka

⁴⁴ *Ibid.* h. 461

semua *konstruk* yang berhubungan dengan penelitian telah tersedia. Oleh karena itu kita menguasai informasi mengenai subyek tersebut.⁴⁵

Dalam telaah pustaka ini, penulis akan mendeskripsikan beberapa karya yang ada relevansinya dengan judul skripsi ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ilah Padilah dengan judul “Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan dari Lembaga Keuangan”, skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014 penelitian ini membuktikan bahwa faktor bauran pemasaran, sosial budaya dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih model pembiayaan lembaga keuangan. Diantara tiga faktor yang terdiri dari faktor bauran pemasaran, sosial budaya, dan psikologi yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah faktor psikologi.⁴⁶
2. Penelitian yang dilakukan oleh Imam Hanafi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta”, skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007 penelitian ini membuktikan bahwa faktor fasilitas dan kemudahan mendapatkan jasa, yaitu karena fasilitas memadai, ruangan nyaman, gedung indah, lokasi strategis, karyawan datang ke nasabah, dekat tempat tinggal dan prosedur yang mudah. Faktor keunggulan produk yaitu produk pembiayaan yang bervariasi, produk pembiayaan sesuai kebutuhan nasabah, memiliki persyaratan ringan, biaya administrasi yang murah, jasa

⁴⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metodo Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2013), h. 74

⁴⁶ Ilah Padilah, *Op.Cit.* h. 87

pembiayaan lebih rendah dan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.⁴⁷

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Chamidun dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”, Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga, 2015 dari hasil tiga faktor yakni variabel pelayanan, prosedur dan reputasi yang paling dominan mempengaruhi minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah dengan melihat pada uji regresi berganda dengan koefisien beta terhadap masing-masing variabel adalah faktor prosedur, hal ini dikarenakan UMKM pada umumnya ingin memperoleh pembiayaan dengan prosedur yang mudah dan tidak berbelit-belit, faktor selanjutnya adalah reputasi dan pelayanan yang mempunyai pengaruh yang juga cukup signifikan karena lembaga keuangan adalah lembaga yang menjual kepercayaan kepada masyarakat.⁴⁸
4. Penelitian yang dilakukan oleh Rono Andespa dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah”, Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, 2017 diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah *marketing mix*, faktor budaya, faktor

⁴⁷Imam Hanafi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta”, (Skripsi Program Studi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2007), h. 96

⁴⁸ Ali Chamidun, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah”. (Skripsi Program Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga, 2015), h. 85

sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga.⁴⁹

5. Penelitian yang dilakukan oleh Anita Rahmawaty dengan judul “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk BNI Syariah Semarang”, *Jurnal*, 2014 dari hasil penelitian yang dilakukan persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, persepsi tentang bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah dan persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.⁵⁰

C. Kerangka Pikir

kerangka pikir adalah model konseptual yang menggambarkan tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah penelitian pada penelitian ini digunakan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah. Di dalam BMT ini salah satu produk penyalur dana ialah *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA).

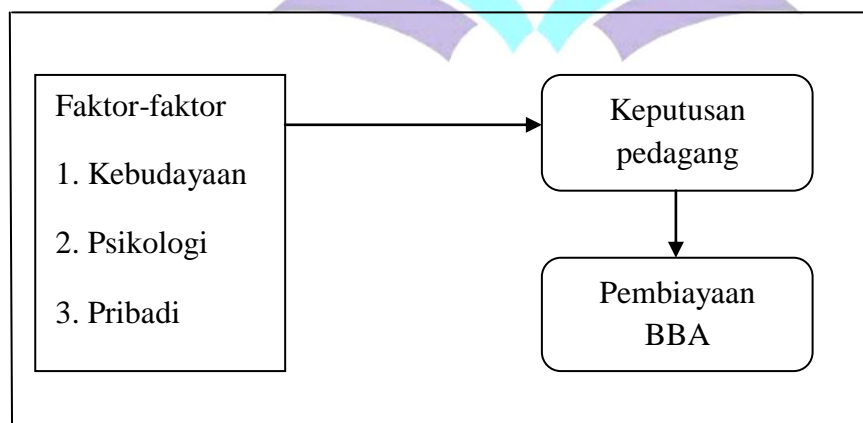
⁴⁹ Roni Andespa , “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah”. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Vol. 2 , No. 1 (2017), h. 56

⁵⁰ Anita Rahmawaty, “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah Semarang”. *Jurnal*, Vol. 8 , No. 1 (2014), h. 26

Pembiayaan BBA adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua belah pihak menyepakati harga jual dan waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Proses pembayaran dilakukan dengan cara mencicil. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

Dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan pembiayaan di BMT yakni *Ba'i bitsaman ajil* (BBA) terdapat tiga faktor yang diyakini berpengaruh terhadap keputusan seorang pedagang menggunakan pembiayaan BBA pada BMT, faktor-faktor tersebut antara lain, faktor kebudayaan, faktor psikologi, dan faktor pribadi. Berdasarkan teori yang dikemukakan maka dapat dibuat kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada gambar 2 sebagai berikut:

Gambar 2.2 kerangka pikir



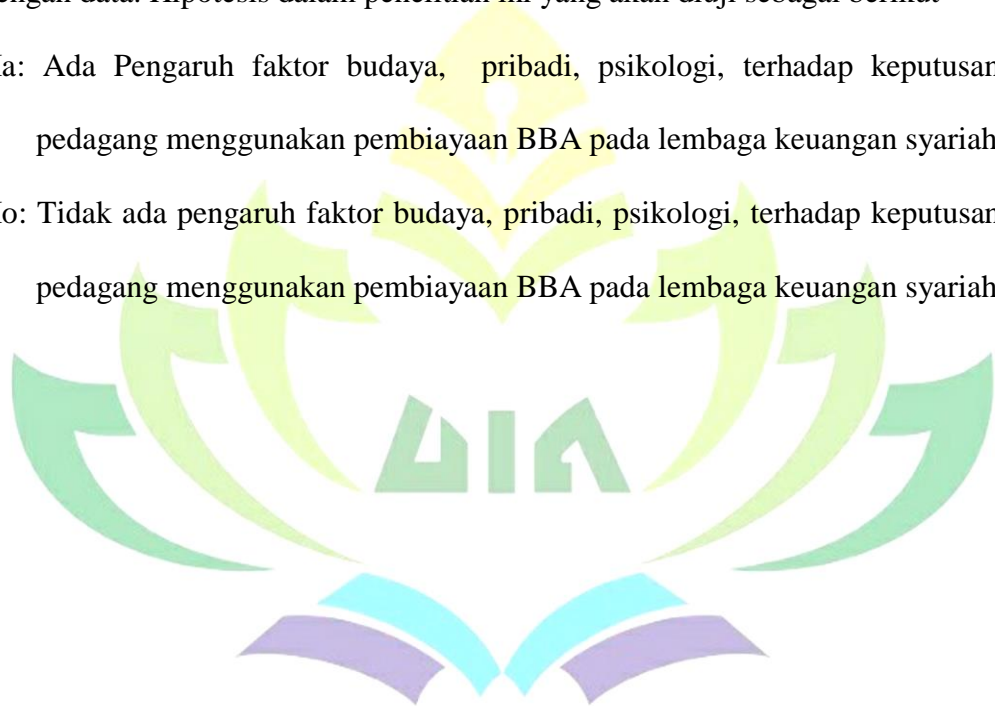
Sumber Data diolah 2018

D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian pustaka diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Atau hipotesis adalah jawaban teoritis terhadap rumus masalah penelitian, belum jawaban yang empirik dengan data. Hipotesis dalam penelitian ini yang akan diuji sebagai berikut

Ha: Ada Pengaruh faktor budaya, pribadi, psikologi, terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan syariah

Ho: Tidak ada pengaruh faktor budaya, pribadi, psikologi, terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan syariah



BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “*Faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan Ba’i Bitsaman Ajil (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah (studi kasus pada BMT Sabilil Muttaqien)*” maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor seperti faktor kebudayaan, faktor psikologi, dan faktor pribadi untuk mempengaruhi pedagang dalam memilih model pembiayaan *Ba’i Bitsaman Ajil (BBA)* di lembaga keuangan.

B. Jenis dan Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun metode yang digunakan untuk hasil analisis data penelitian adalah metode analisis regresi linier berganda.⁵¹

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer penelitian ini dihasilkan dari wawancara kepada para pedagang dan dari hasil survei yang dilakukan kepada para pedagang anggota BMT Sabilil Muttaqien dengan menyebarkan angket.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 10

Data sekunder diperoleh dari internet dan literatur-literatur maupun studi kepustakaan yaitu menelaah sumber-sumber teks melalui buku-buku, penelitian-penelitian terdahulu yang terkait baik sekripsi, jurnal, artikel yang terkait dengan penelitian ini, gunanya untuk mengambil teori yang telah ada sebagai alat pendukung penelitian.⁵²

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dengan menggunakan instrumen alat pendukung penelitian.

1. Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan beberapa pernyataan dan pertanyaan mencakup tanggapan para pedagang terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.⁵³

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur

⁵² *Ibid.* h. 187

⁵³ *Ibid.* h. 192

menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁵⁴

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor misalnya:

Tabel 3.1 skala likert

Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber sugiyono 2016

2. Wawancara

Yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara merupakan suatu proses interaksi komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah, pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam pertanyaan dan situasi wawancara.⁵⁵

Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini ialah wawancara tidak struktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis

⁵⁴ *Ibid.* h. 136

⁵⁵ *Ibid.* h. 188

dan lengkap untuk mengumpulkn datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ini dilakukan kepada pedagang anggota BMT Sabilil Muttaqien.⁵⁶

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/sumbyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diterik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵⁷

Populasi meliputi univers ialah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dapat dibedakan pula antara populasi sampling dengan populasi sasaran. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh jumlah pedagang yang menjadi anggota di BMT Sabilil Mutaqien dengan jumlah 563.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel dari penelitian ini adalah sebagian

⁵⁶ *Ibid.* h. 191

⁵⁷ *Ibid.* h. 119

dari para pedagang yang menjadi anggota di BMT Sabilil Muttaqien.

Jumlah sampel yang menjadi objek penelitian adalah 85.⁵⁸

F. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun penelitian ini menggunakan teknik *sampling aksidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel dan layak sebagai sumber data.⁵⁹

Total sampel yang akan peneliti gunakan berjumlah 85 sampel yang berasal dari 1 variabel terikat/dependen (Y) keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah dan 3 variabel bebas/independen (X) faktor kebudayaan, faktor psikologi dan faktor pribadi.

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.⁶⁰

⁵⁸ Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), h. 78

⁵⁹ Sugiyono, *Op.Cit.* h. 125

⁶⁰ Sugiyono, *Op.Cit.* h. 331

Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif, namun ditambah dengan analisis kualitatif, hal ini dilakukan untuk mempertajam analisis dan kuantitatif. Dengan menggunakan uji validasi, reliabilitas, analisis uji asumsi klasik dan regresi berganda.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan ukur. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tes tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Jadi validasi menunjukkan kepada ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran instrumen penelitian agar dapat memberikan informasi yang akurat tentang hal yang diukur. Uji validasi dilakukan dengan cara melihat korelasi skor butir pertanyaan dengan total skor variabel.⁶¹

Jadi, validasi berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Cara untuk mengetahui validasi suatu butir pertanyaan yang menentukan besaran nilai r tabel tingkat kepercayaan (*degree of freedom = df*) jumlah kasus dikurangi dua atau $85-2=83$ dengan tingkat signifikan 5% maka nilai r tabel sebesar 0,213.

⁶¹ Sugiyono, *Op.Cit.* h. 172

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Reliabel merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukur yang baik. Uji reliabilitas yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan., dengan menggunakan rumus *alpha cronbranch* perhitungan statistik menggunakan alat SPSS. Apabila suatu alat pengukur telah dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas dari alat.⁶²

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen penelitian yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk membantu pengujian reliabilitas, maka prosedurnya adalah sebagai berikut:

- a. Metode alpha cronbach, kriteria menyebutkan jika nilai korelasi sama dengan atau lebih besar dari 0,700 maka butir-butir pertanyaan tersebut *reliabel*.
- b. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan (alat) statistik menggunakan software SPSS mengambil kesimpulan.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian

⁶² Sugiyono, *Op.Cit.* h. 178

ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi *uji normalitas*, *multikolinearitas*, *heteroskedastisitas* dan *otokorelasi*. Adapun pengujian masing-masing dapat dijabarkan sebagai berikut:⁶³

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.⁶⁴

Langkah-langkah pengujian normalitas data adalah sebagai berikut:

Hipotesis

Ho : Model Normal

Ha : Model Tidak Normal

Bila probabilitas $\text{Obs} \cdot R_2 > 0,05 \rightarrow$ signifikan, Ho diterima

Bila probabilitas $\text{Obs} \cdot R_2 < 0,05 \rightarrow$ signifikan, Ho ditolak

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Salah satu yang harus dipenuhi agar taksiran parameter dalam model regresi bersifat BLUE (*best linear unbiased efficient*) maka $\text{var}(\mu_1)$ harus sama dengan δ (konstanta) atau bias dikatakan semua residual

⁶³ Suryadi, Purwanto, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba 4, 2003), h. 528

⁶⁴ *Ibid.* h. 530

atau *error* mempunyai varian yang sama, kondisi ini disebut sebagai homokedastisitas. Sedangkan bila varian tidak konstan atau berubah-ubah disebut dengan heteroskedastisitas.⁶⁵

c. Uji Autokorelasi

Uji ini untuk bertujuan untuk melihat apakah suatu model linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi masalah korelasi dapat digunakan dengan pengujian uji Durbin Waston. Secara umum panduan mengenai angka durbin waston dapat diambil patokan sebagai berikut: ⁶⁶

Jika $D_w < D_L$ atau $DW > 4 - D_L$ maka terdapat autokorelasi

Jika $D_L < DW < D_u$ atau $4 - D_u < D_w < 4 - D_L$ maka status korelasi tidak dapat dijelaskan.

Jika $D_u < D_w < 4 - D_u$ maka tidak terjadi autokorelasi

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi multikolineritas. Adanya gejala multikolineritas dapat dilihat dari tolerance value atau nilai *variance inflation factor* (VIF). Batas tolerance value adalah 0,1 dan batas VIF

⁶⁵ *Ibid.* h. 532

⁶⁶ *Ibid.* h. 534

adalah 10. Apabila tolerance value $<0,1$ atau VIF <10 = tidak terjadi multikolinearitas.⁶⁷

4. Regresi

Analisis regresi adalah salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua perubahan atau lebih untuk perubahan kuantitatif. Sebuah persamaan regresi adalah sebuah formula yang menggambarkan hubungan dengan perubahan atau lebih tersebut. Persamaan regresi juga dapat digunakan untuk meramalkan nilai suatu variabel. Analisis regresi linier berganda dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal.

Analisis data yang digunakan oleh peneliti ialah analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Variabel dependen/terikat disini ialah keputusan dalam memilih pembiayaan BBA sedangkan variabel independen/bebasnya yaitu faktor-faktor faktor kebudayaan, faktor psikologi dan faktor pribadi. karena total variabel bebasnya 3 maka penelitian ini menggunakan rumus persamaan $Y=a+b_1+X_1+b_2+X_2+b_3+X_3$.

Melalui pengujian validitas dan reliabilitas item menggunakan SPSS diperoleh item-item yang signifikan atau valid mengukur variabel yang hendak diukur. Selanjutnya dilakukan olah data untuk memperoleh faktor

⁶⁷ *Ibid.* h. 537

skornya. Olah data dilakukan dengan menggunakan SPSS 16 dengan ketentuan tidak mengikut sertakan skor mentah dari item yang dieliminasi. Setelah proses memperoleh Z-score dilakukan, kemudian dilakukan analisis regresi berganda (Multipel regresi analysis).

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dapat dilakuakn dengan mencari t hitung pada koefisien dari output SPSS 16. Ho akan diterima apabila nilai t hitung $< t$ tabel. Itu artinya variabel independen secara individu maupun mempengaruhi variabel dependen akan tetapi tidak secara nyata. Sedangkan Ha akan diterima apabila nilai t hitung $> t$ tabel, itu artinya variabel independen maupun secara individu dan secara nyata mempengaruhi variabel dependen.⁶⁸

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknay pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dapat dicari dengan melihat F hitung dari tabel annova. Ho akan diterima apabila nilai $F \text{ tabel} > F \text{ hitung}$ itu artinya variabel independen tidak dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama sedangkan Ha dapat diterima apabila nilai $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ itu artinya variabel

⁶⁸ Susanto Budi, *Analisis Statistik MS Excell dan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), h. 147.

independen maupun mempengaruhi secara bersama-sama variabel dependen.⁶⁹

H. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pedagang yang menjadi anggota di BMT Sabilil Muttaqien.

I. Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Uji parsial

Ha 1: Ada pengaruh kebudayaan terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Ho 1: Tidak ada pengaruh kebudayaan terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Ha 2: Ada pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Ho 2: Tidak ada pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Ha 3: Ada pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah

⁶⁹ *Ibid.* h. 150

Ho 3: Tidak ada pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah

2. Hipotesis Uji Simultan

Ha 1: Ada pengaruh antara faktor kebudayaan, psikologi, dan pribadi terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Ho 1: Tidak ada pengaruh antara faktor kebudayaan, psikologi, dan pribadi terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

J. Teknik penulisan

Adapun teknik penulisan skripsi ini adalah mengacu pada “Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung 2018”.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Sabilil Mutaqien

BMT Sabilil Mutaqien dibentuk berdasarkan rapat pembentukan BMT Sabilil Mutaqien pada tanggal 11 Januari 2003, merupakan wujud dari hasil pelatihan dasar BMT Pusat Inkubasi Usaha Kecil (PINBUK) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang disebut dengan PINBUK-ICMI Provinsi Lampung, yang diselenggarakan pada tanggal 29 Oktober sampai dengan 4 November 2002. BMT Sabilil Mutaqien adalah masyarakat, yang diawali dengan pembentukan panitia persiapan pembentukan BMT Sabilil Mutaqien (P3B), yang bertugas mengsosialisasikan kepada tokoh masyarakat, BMT Sabilil Mutaqien dibangun dan diawasi oleh PINBUK-ICMI Provinsi Lampung. BMT Sabilil Mutaqien.

Sangat layak berdiri dipasar Gisting Kabupaten Tanggamus karena adanya praktek-praktek rentenir, adanya potensi usaha kecil yang dapat dikembangkan dan dari rancangan keuangan diketahui, adanya modal sendiri, dana yang disiapkan dapat menutupi biaya operasional setiap bulan dan adanya sejumlah tokoh yang merasa memiliki dan bertanggung jawab.

Perkembangan yang dialami BMT Sabilil Mutaqien dari awal berdiri yakni modal awal pendaftaran ke akte notaris tahun 2003 Rp13.500.000 dengan jumlah anggota 27 orang pendiri. Pada tahun 2005

sampai sekarang jumlah pendiri mencapai 79 orang, dengan jumlah modal sendiri senilai Rp3.432.616.000 dan total aset mencapai Rp15.500.000.000 dengan jumlah anggota sampai sekarang 4.482 orang.

2. Visi dan Misi BMT Sabilil Mutaqien

a) Visi BMT Sabilil Mutaqien

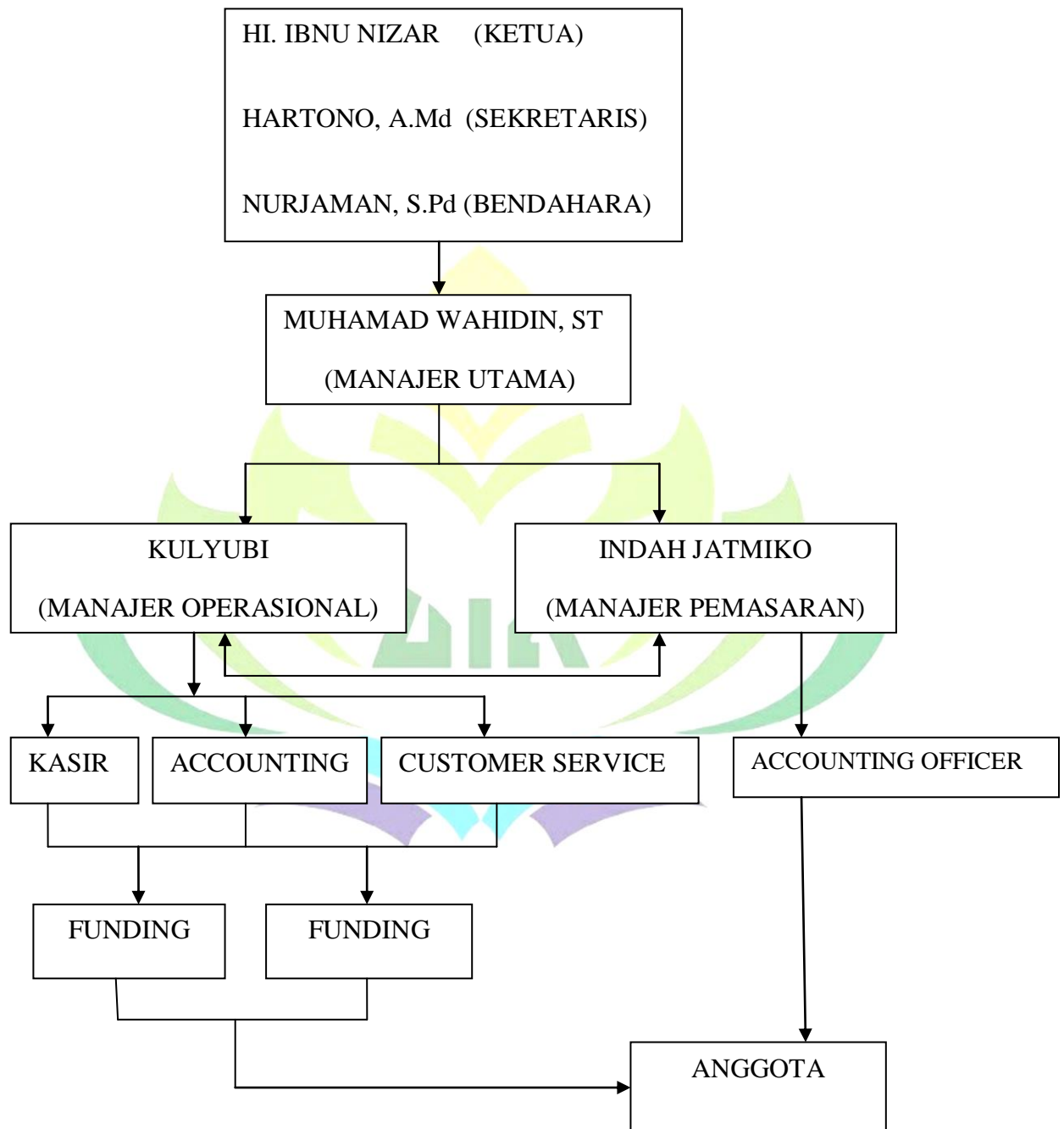
Menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi

b) Misi BMT Sabilil Mutaqien

- 1) Menumbuhkan kepedulian yang kaya (*Aqhinia*) dan kaum miskin (*Dhuafa*).
- 2) Menumbuhkan kesejahteraan anggota khususnya dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang islami pada masyarakat pada umumnya.
- 3) Menumbuhkan sumber-sumber pembiayaan dan menjadikan modal bagi anggota dan masyarakat luas.
- 4) Mendorong sifat dan menumbuhkan kegiatan menyimpang
- 5) Meningkatkan kualitas ibadah anggota sehingga mampu berperan sebagai khalifah Allah SWT.
- 6) Menumbuhkan pemupukan modal yang berasal dari simpanan anggota dan masyarakat luas dengan sistem syariah dan menggali sistem yang halal.
- 7) Memberikan pelayanan pembiayaan kepada masyarakat luas untuk usaha produktif dengan sistem pelayanan yang cepat, layak dan tepat sasaran.
- 8) Melaksanakan program pembinaan keagamaan bagi anggota.

3. Struktur Organisasi BMT Sabilil Mutaqien

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT Sabilil Mutaqien



Sumber BMT Sabilil Mutaqien 2018

B. Data Karakteristik Responden

Objek penelitian ini adalah pedagang di pasar Gisting Tanggamus dengan sampel sebanyak 85 orang. Selanjutnya akan dijabarkan pada data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, agama, pendidikan terakhir, jenis dagangan, modal usaha lama waktu menjadi pedagang, pendapatan perhari, pengeluaran perhari, dan jumlah pembiayaan yang diterima.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Jenis Kelamin pedagang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	48.2	48.2	48.2
	Perempuan	44	51.8	51.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Dari tabel jenis kelamin pedagang pasar Gisting menunjukkan jumlah sampel sebanyak 85 orang. 41 berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 48,2%, dan 44 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 51,8%. Dapat disimpulkan bahwa yang persentasenya paling rendah adalah pedagang berjenis kelamin laki-laki 48,2%.

Dari pernyataan ini dapat diindikasikan bahwa kebanyakan pedagang pasar Gisting berjenis kelamin perempuan dengan total presentase 51,8%.

2. Usia

Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Usia Pedagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	12.9	12.9	12.9
2	32	37.6	37.6	50.6
3	28	32.9	32.9	83.5
4	14	16.5	16.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Dari tabel keterangan usia pedagang pasar Gisting menunjukkan jumlah sampel 85 orang. Terdapat 11 orang yang berusia <30 tahun atau dengan persentase sebesar 12,9%. 32 orang berusia 31 – 40 tahun atau dengan persentase 37,6%. 28 orang berusia 41 – 50 tahun atau dengan persentase 32,9%. Dan 14 orang berusia >50 tahun atau dengan persentase 16,5%.

Kesimpulannya usia responden di dominasi oleh pedagang yang berusia 31 – 40 tahun dengan persentase 37,6%.

3. Agama

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Agama Pedagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Islam	85	100.0	100.0	100.0

sumber data diolah 2018

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa total keseluruhan sampel sebanyak 85 orang, seluruh responden pedagang pasar Gisting beragama islam atau setara 100%.

4. Pendidikan

Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Pendidikan Akhir Pedagang

	Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SARJANA	6	7.1	7.1	7.1
	SD	18	21.2	21.2	28.2
	SMA	46	54.1	54.1	82.4
	SMP	15	17.6	17.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Dari total sampel 85 orang, terdapat 6 orang atau setara 7,1% dari pedagang pasar Gisting yang latar belakang pendidikan tamatan SARJANA, 18 orang atau setara 21,2% dari total sampel pedagang pasar Gisting latar belakang pendidikan SD, 46 orang atau setara 54,1% dari total sampel pedagang latar belakang pendidikannya SMA, 15 orang atau setara 17,6% dari total sampel pedagang pasar Gisting latar belakang pendidikannya SMP.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minoritas pedagang pasar pasar Gisting berlatar belakang pendidikan Sarjana dengan total persentase 7,1% dan mayoritas pedagang dipasar Gisting berlatar belakang pendidikan SMA dengan total persentase 54,1%.

5. Jenis Dagangan

Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Jenis Dagangan Pedagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid air bersih	1	1.2	1.2	1.2
alat olahraga	1	1.2	1.2	2.4
alat tulis	3	3.5	3.5	5.9
Buah	5	5.9	5.9	11.8
Bunga	1	1.2	1.2	12.9
Elektronik	5	5.9	5.9	18.8
Emas	1	1.2	1.2	20.0
Etalase	1	1.2	1.2	21.2
Kain	15	17.6	17.6	38.8
Kendaraan	1	1.2	1.2	40.0
Klontongan	1	1.2	1.2	41.2
lauk pauk	5	5.9	5.9	47.1
Mainan	2	2.4	2.4	49.4
Makanan	14	16.5	16.5	65.9
Material	4	4.7	4.7	70.6
Mebel	1	1.2	1.2	71.8
Minuman	1	1.2	1.2	72.9
Obat	2	2.4	2.4	75.3
Sayuran	10	11.8	11.8	87.1
Sembako	11	12.9	12.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Tabel diatas menunjukan bahwa total sampel 85 orang. 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis air bersih, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis peralatan alat olahraga, 3 orang atau setara 3,5% dagangannya berjenis alat tulis, 5 orang atau setara 5,9% dagangannya berjenis buah-buahan, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis

bunga, 5 orang atau setara 5,9% dagangannya elektronik, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis emas, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis etalase, 15 orang atau setara 17,6% dagangannya berjenis kain.

1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis kendaraan, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis klontongan, 5 orang atau setara 5,9% dagangannya berjenis lauk-pauk, 2 orang atau setara 2,4% dagangannya berjenis mainan, 14 orang atau setara 16,5% dagangannya berjenis makanan, 4 orang atau setara 4,7% dagangannya berjenis material, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis mebel, 1 orang atau setara 1,2% dagangannya berjenis minuman, 2 orang atau setara 2,4% dagangannya berjenis obat-obatan, 10 orang atau setara 11,8% dagangannya berjenis sayuran, dan 11 orang atau setara 12,9% dagangannya berjenis sembako.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang pasar Gisting berdagang kain dengan total 17,6% dan minoritas pedagang berjualan air bersih, alat tulis, bunga, emas, etalase, kendaraan, l;ontong, mebel, dan minuman dengan masing-masing presentase sebesar 1,2%.

6. Modal Usaha

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Modal Usaha Pedagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	70	82.4	82.4	82.4
2	10	11.8	11.8	94.1
3	1	1.2	1.2	95.3
4	3	3.5	3.5	98.8
5	1	1.2	1.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel sebanyak 85 orang. 70 orang atau setara 82,4% mengeluarkan modal usaha < Rp10.000.000, 10 orang atau setara 11,8% mengeluarkan modal usaha Rp11.000.000- Rp20.000.000, 1 orang atau setara 1,2% mengeluarkan modal usaha Rp21.000.000- Rp30.000.000, 3 orang atau setara 3,5% mengeluarkan modal usaha Rp 31.000.000- Rp50.000.000, dan 1 orang atau setara 1,2% mengeluarkan modal usaha >Rp 51.000.000.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang pasar Gisting dengan kisaran 82,4% menggunakan uangnya untuk modal usaha sebesar <Rp10.000.000, dan minoritas atau dengan kisaran 1,2% pedagang pasar Gisting menggunakan uangnya untuk dijadikan modal usaha sebesar Rp21.000.000 - Rp30.000.000 dan Rp51.000.000.

7. Lama Waktu Menjadi Pedagang

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Lama Waktu Menjadi Pedagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	48	56.5	56.5	56.5
2	22	25.9	25.9	82.4
3	15	17.6	17.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Total sampel 85 orang. Tabel diatas menunjuka sebanyak 48 orang atau setara 56,5% pedagang telah berjualan dengan kurun waktu selama <5 tahun, 22 orang atau setara 25,9% pedagang berjualan selama 6 – 10 tahun, 15 orang atau setara 17,6% pedagang berjualan selama >10 tahun.

Dari uraian diatas menunjukan bahwa mayoritas pedagang pasar Gisting berjualan kurang dari 5 tahun dengan persentase sebanyak 56,5% dan minoritas pedagang pasar Gisting berjualan dalam jangka waktu lebih dari 10 tahun atau setara 17,6%.

8. Pendapatan Pedagang Perhari

Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Pendapatan Pedagang Perhari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	62	72.9	72.9	72.9
2	16	18.8	18.8	91.8
3	7	8.2	8.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Dari total sampel 85 orang, 62 orang pedagang atau setara 72,9% pendapatannya kurang dari Rp500.000 perhari, 16 orang atau setara 18,8% pendapatannya Rp500.000 sampai dengan Rp1.000.000 perhari, 7 orang atau setara 8,2% pendapatan pedagang lebih dari Rp1.000.000 perhari.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang pendapatannya kurang dari Rp500.000 perhari dengan total persentase 72,9%.

9. Pengeluaran pedagang perhari

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Pengeluaran Pedagang Perhari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	41	48.2	48.2	48.2
2	40	47.1	47.1	95.3
3	4	4.7	4.7	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Total sampel sebanyak 85 orang. 41 orang atau setara 48,2% jumlah pengeluarannya kurang dari Rp100.000 perhari, 40 orang atau setara 47,1% jumlah pengeluarannya Rp100.000 sampai dengan Rp500.000 perhari, 4 orang atau setara 4,7% jumlah pengeluarannya lebih dari Rp500.000.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang pasar Gisting jumlah pengeluarannya kurang dari Rp100.000 yang ditunjukan dengan persentase sebesar 48,2% dan minoritas pedagang pasar Gisting pengeluarannya lebih dari Rp500.000 dengan persentase 4,7%.

10. Jumlah Pembiayaan

Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Jumlah Pembiayaan Yang diterima Pedagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	19	22.4	22.4	22.4
2	25	29.4	29.4	51.8
3	15	17.6	17.6	69.4
4	14	16.5	16.5	85.9
5	8	9.4	9.4	95.3
6	4	4.7	4.7	100.0
Total	85	100.0	100.0	

sumber data diolah 2018

Dari total 85 sampel, sebanyak 19 orang atau setara 22,4% meneriima pembiayaan kurang dari Rp5.000.000, 25 orang atau setara dengan 29,4% menerima pembiayaan Rp5.000.000 samapi dengan Rp10.000.000, 15 orang atau setara 17,6% menerima pembiayaan Rp 10.000.000 samapai dengan Rp20.000.000, 14 orang atau setara 16,5% menerima pembiayaan Rp20.000.000 samapai dengan Rp30.000.000, 8 orang atau setara 9,4% menerima pembiayaan Rp30.000.000 sampai dengan

Rp40.000.000, 4 orang atau setara 4,7% menerima pembiayaan lebih dari Rp40.000.000.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang pasar Gisting menerima pembiayaan sebesar Rp5.000.000 sampai Rp10.000.000 dengan persentase 29,4% dan minoritas pedagang pasar Gisting menerima pembiayaan lebih dari Rp40.000.000 dengan total persentase 4,7%.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Dibawah ini merupakan hasil dari uji validitas dari semua indikator-indikator.

Tabel 4.11 Faktor Kebudayaan

NO	Indikator-Indikator	R	Status
1	Saya memilih mengajukan pembiayaan di BMT yang sama dengan BMT lainnya yang dipilih keluarga saya	0,641	Valid
2	Saya memilih pembiayaan di BMT karena rekomendasi Pegawai BMT	0,562	Valid
3	Saya memilih mengajukan pembiayaan di BMT karena banyak teman saya yang menggunakan BMT tersebut	0,445	Valid
4	Saya tertarik mengajukan di BMT karena melihat teman/ keluarga saya mendapatkan dana pinjaman (pembiayaan) di BMT yang di ajukan	0,448	Valid
5	Saya mengajukan pembiayaan karena telah mengenal baik salah satu pegawai yang bekerja di BMT tersebut	0,520	Valid
6	Saya mengajukan pembiayaan di BMT atas rekomendasi keluarga/teman	0,636	Valid
7	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena situasi ekonomi	0,422	Valid
8	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena latar belakang pendidikan	0,594	Valid

Sumber data diolah 2018

Tabel 4.12 Faktor Pribadi

No	Indikator-Indikator	R	Status
9	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena dapat memenuhi keputusan pokok saya	0,646	Valid
10	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena dapat memenuhi kebutuhan saya	0,629	Valid
11	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena pendapat saya melebihi UMR	0,558	Valid
12	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena saya memiliki aset yang bisa digunakan sebagai jaminan	0,256	Valid
13	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena BMT tersebut telah dikenal masyarakat	0,286	Valid
14	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena akses menuju lokasi BMT terjangkau	0,191	Tidak Valid
15	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena syarat dan prosedur pengajuan pembiayaan cukup mudah	0,297	Valid
16	Sebelum saya memutuskan memilih pembiayaan di BMT saya merasa pembiayaan di BMT dapat membantu memenuhi kebutuhan saya	0,698	Valid

Sumber Data diolah 2018

Tabel 4.13 Faktor Psikologi

NO	Indikator-Indikator	R	Status
17	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena saya butuh dana	0,145	Tidak Valid
18	Saya mengajukan pembiayaan di BMT atas dasar keinginan diri sendiri	0,387	Valid
19	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh BMT yang saya pilih tidak membedakan setatus sosial	0,594	Valid
20	Saya mengajukan pembiayaan di BMT untuk modal usaha	0,038	Tidak Valid
21	Saya mengajukan pembiayaan di BMT yang saya pilih karena saya menabung di BMT tersebut	0,537	Valid
22	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena saya paham	0,575	Valid
23	Saya memilih BMT yang tidak menggunakan unsur bunga	0,523	Valid
24	Saya bertanggung jawab atas pembiayaan yang diberikan BMT kepada saya	0,467	Valid

Sumber Data diolah 2018

Tabel 4.14 Keputusan Memilih Model Pembiayaan BBA pada Lembaga Keuangan

No	Indikator-Indikator	R	Status
25	pembiayaan pada BMT sudah sesuai dengan kebutuhan saya	0,518	Valid
26	Pembiayaan pada BMT sudah sesuai dengan saran teman	0,588	Valid
27	Pembiayaan pada BMT sudah sesuai dengan pilihan keluarga saya	0,564	Valid
28	Ada pertimbangan khusus mengapa saya memilih pembiayaan pada BMT	0,568	Valid
29	Dari sekian banyak pilihan BMT hanya satu yang saya pilih	0,666	Valid
30	BMT yang saya pilih sudah tepat sebagai pemberi modal usaha bagi saya	0,568	Valid
31	Saya akan kembali mengajukan pembiayaan di BMT yang saya pilih jika nanti butuh modal kembali	0,424	Valid
32	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT yang saya pilih	0,383	Valid

Sumber Data diolah 2018

Setelah melakukan uji validitas pada seluruh penelitian. Dari 32 indikator terdapat beberapa indikator yang tidak valid yaitu pada butir pertanyaan nomor 14, 17, dan 20. Dinyatakan tidak valid karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, yaitu kurang dari 0,213. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut harus dihilangkan. Selanjutnya proses perhitungan dan analisis dilakukan kembali dengan SPSS dengan menyertakan seluruh butir-butir pertanyaan yang telah valid.

Adapun uraian dari indikator yang valid adalah sebagai berikut:
indikator dari faktor budaya yang pertama dikatakan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($0,641 > 0,213$), ke 2 nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($0,562 > 0,213$), ke 3 $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($0,445 > 0,213$), ke 4 $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($0,448 > 0,213$), ke

5 r hitung > r tabel ($0,520 > 0,213$) ke 6 r hitung > r tabel ($0,636 > 0,213$), ke 7 r hitung > r tabel ($0,422 > 0,213$), dan ke 8 r hitung > r tabel ($0,594 > 0,213$).

Indikator yang valid dari faktor pribadi terdapat pada butir pertanyaan ke 9 r hitung > r tabel ($0,646 > 0,213$), ke 10 r hitung > r tabel ($0,629 > 0,213$), ke 11 r hitung > r tabel ($0,558 > 0,213$), ke 12 r hitung > r tabel ($0,256 > 0,213$), ke 13 r hitung > r tabel ($0,286 > 0,213$), ke 15 r hitung > r tabel ($0,297 > 0,213$), ke 16 r hitung > r tabel ($0,698 > 0,213$).

Indikator yang valid dari faktor psikologi terdapat pada butir pertanyaan ke 18 r hitung > r tabel ($0,387 > 0,213$), ke 19 r hitung > r tabel ($0,594 > 0,213$), ke 21 r hitung > r tabel ($0,537 > 0,213$), ke 22 r hitung > r tabel ($0,575 > 0,213$), ke 23 r hitung > r tabel ($0,523 > 0,213$), dan ke 24 r hitung > r tabel ($0,467 > 0,213$).

Indikator yang valid dari keputusan memilih pembiayaan BBA pada lembaga keuangan terdapat pada butir pertanyaan ke 25 r hitung > r tabel ($0,518 > 0,213$), ke 26 r hitung > r tabel ($0,588 > 0,213$), ke 27 r hitung > r tabel ($0,564 > 0,213$), ke 28 r hitung > r tabel ($0,568 > 0,213$), ke 29 r hitung > r tabel ($0,666 > 0,213$), ke 30 r hitung > r tabel ($0,568 > 0,213$), ke 31 r hitung > r tabel ($0,424 > 0,213$) dan ke 32 r hitung > r tabel ($0,383 > 0,213$).

Dari hasil uji validitas diatas ada sebanyak 29 indikator pertanyaan yang dinyatakan valid karena r hitung > r tabel, maka dari itu indikator pertanyaan yang tidak valid tidak bisa diikuti sertakan dalam analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Berikut tabel yang menunjukkan hasil dari uji reliabilitas seluruh indikator-indikator penelitian yang telah diuji tingkat kevalidannya.

Tabel 4.15 Cronbach's Alpha

<i>Cronbach's Alpha</i>	N Of Item
0,717	30

Sumber Data Diolah 2018

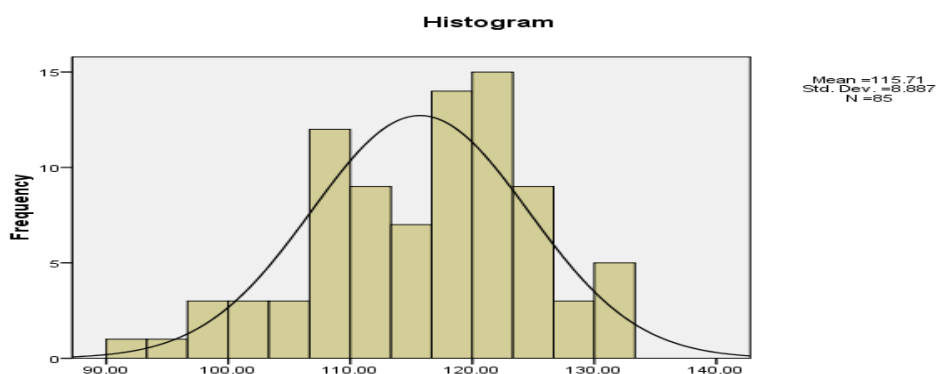
Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) = 0,717, artinya indikator-indikator tersebut dapat diterima dan dikatakan reliabel. Kriteria menyebutkan jika nilai korelasi sama dengan atau lebih besar dari 0,070 maka butir-butir pertanyaan disebut reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas. Adapun pengujian masing-masing dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Gambar 4.2 Histogram

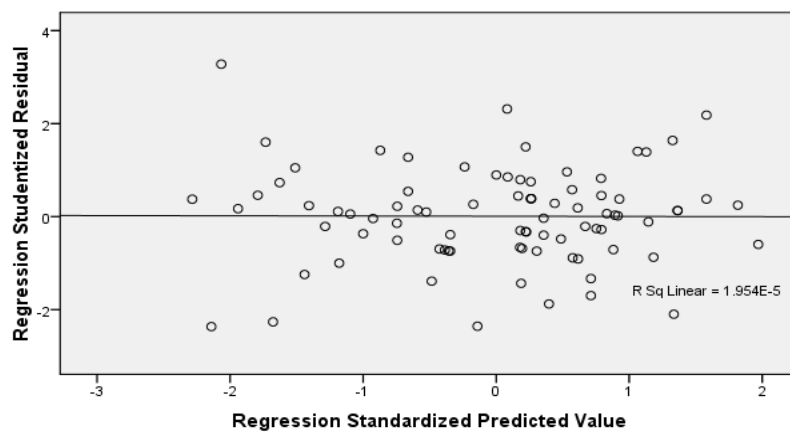


Sumber Data Diolah 2018

Berdasarkan hasil histrogram diatas, dapat disimpulkan bahwa data dari pada dependen variabel berdistribusi normal. Variabel preferensi dapat dikatakan berdistribusi normal karena garis diagonal yang mengitari diagram stabil. Itu artinya data yang digunakan baik karena data yang baik adalah data yang berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3 Scatterplot



Sumber Data diolah 2018

Berdasarkan hasil scatterplot diatas, dapat disimpulkan bahwa data dari pada dependen variabel berdistribusi normal. Variabel preferensi dapat dikatakan berdistribusi normal karena titik-titik yang mengitari diagram stabil. Itu artinya data yang digunakan baik karena data yang baik adalah data yang berdistribusi normal.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 4.16 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 ^a	.245	.217	2.76390	2.037

Sumber Data diolah 2018

Dari tabel diatas diketahui Durbin Watson adalah 2,037 karena $n=85$ dan $k=3$ dengan tingkat signifikansi 5%, dari tabel Durbin Watson dapat dilihat nilai $DL= 1,5752$ dan $DU= 1,7210$ dan tidak terjadi autokorelasi apabila $DU < DW < 4-DL$, berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat autokorelasi karena mendapatkan hasil $1,7210 < 2,037 < 2,248$.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.17 Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.783	3.696		4.270	.000		
Budaya	.274	.094	.319	2.919	.005	.780	1.282
Pribadi	.063	.117	.056	.536	.593	.848	1.179
Psikologi	.271	.125	.236	2.163	.033	.785	1.275

Sumber Data diolah 2018

Berdasarkan hasil output SPSS diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance faktor budaya adalah 0,780, faktor pribadi adalah 0,848, dan faktor psikologi 0,785. Untuk nilai VIF faktor budaya adalah 1,282, faktor pribadi 1,179, dan faktor psikologi 1,275. Berdasarkan nilai tolerance dan VIF tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai tolerance yang dihasilkan pada masing-masing variabel $>0,1$ dan VIF yang dihasilkan pada masing-masing variabel <10 .

E. Analisis Regresi Berganda

Pada tahap ini peneliti menguji hipotesis dengan teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS 16. Dalam regresi terdapat tiga hal yang harus diperhatikan. Pertama besar R-square untuk mengetahui berapa persen varian variabel dependen yang dijelaskan variabel independent. Kedua apakah secara keseluruhan independen variabel berpengaruh secara signifikan terhadap dependen variabel. Dan ketiga memperhatikan signifikan tidaknya koefisien regresi dari masing-masing independent variabel.

Langkah pertama penelitian akan melihat besar R-square untuk mengetahui berapa persen (%) varian variabel dependent yang dijelaskan oleh variabel independent.

Tabel 4.18 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.217	2.76390

Sumber Data diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa diperoleh R-Square dengan nilai 0,245 atau sebesar 24,5%. Artinya proporsi varians dari keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA dijelaskan oleh semua variabel independent adalah sebesar 24,5%. Sedangkan 75,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor dalam penelitian ini setelah dilakukan pengujian, maka secara simultan berpengaruh positif, hal ini didapat dari hasil atau nilai R-square.

Langkah ke dua peneliti melakukan uji F untuk menganalisis pengaruh dari keseluruhan variabel independent. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.19 Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.333	3	66.778	8.741	.000 ^a
	Residual	618.773	81	7.639		
	Total	819.106	84			

Sumber Data diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai P (sig) pada kolom paling kanan adalah 0.000 atau $P=0.000$ dengan nilai $P<0.05$. dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari seluruh independen variabel terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah.

Langkah selanjutnya, penelitian memilih koefisien regresi dari masing-masing independent variabel. Jika $\text{sig}<0,05$, maka koefisien regresi tersebut signifikan yang berarti variabel independent tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah. Adapun besar koefisien regresi dari masing-masing independent variabel terhadap dependent variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.783	3.696		4.270	.000		
Budaya	.274	.094	.319	2.919	.005	.780	1.282
Pribadi	.063	.117	.056	.536	.593	.848	1.179
Psikologi	.271	.125	.236	2.163	.033	.785	1.275

Sumber Data diolah 2018

Keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA (Y)= 15,783+0,274 faktor budaya (X1) + 0,063 faktor pribadi (X2) + 0,271 faktor psikologi (X3).

Dapat dilihat bahwa semua variabel signifikan. Hal ini berarti dari nilai t hitung yang diperoleh masing-masing variabel independent adalah sebagai berikut:

1. Variabel budaya, diperoleh nilai t hitung 2,919 dengan nilai signifikansi 0.005 (sig<0,05) hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.
2. Variabel pribadi, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,536 dengan nilai signifikansi 0,593 (sig>0,05) hal ini menunjukkan bahwa variabel pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

3. Variabel psikologi, diperoleh nilai t hitung 2,163 dengan signifikansi 0,033 ($\text{sig} < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel psikologi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

F. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T juga dapat digunakan untuk menjawab signifikansi variabel independent yang digunakan. Dengan tingkat signifikan 5% dan $n=85$ maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,663 sedangkan untuk t hitung dapat dilihat pada tabel coefficient diatas:

- a. Hubungan antara faktor kebudayaan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier antara faktor budaya terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah dengan hipotesis sebagai berikut:

Ha: terdapat hubungan linier antara faktor budaya terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Ho: tidak terdapat hubungan linier antara faktor budaya terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Hasil perhitungan nilai t hitung sebesar $2,919 > 1,663$, maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya terdapat hubungan linier antara faktor budaya terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah. Besarnya pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah adalah 0,319 atau 31,9% dan signifikan karena nilai sig $0,005 < 0,05$.

- b. Hubungan antara faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah dengan hipotesis sebagai berikut:

H_a : tidak terdapat hubungan linier antara faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

H_o : terdapat hubungan linier antara faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Hasil perhitungan nilai t hitung sebesar $0,536 < 1,663$, maka H_o diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat hubungan linier antara faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan

Ba'i Bitsaman Ajil (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah. Besarnya pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah adalah 0,056 atau 5,6% dan signifikansi karena nilai sig $0,593 > 0,05$.

- c. Hubungan antara faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier antara faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah dengan hipotesis sebagai berikut:

Ha: terdapat hubungan linier antara faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah

Ho: tidak terdapat hubungan linier antara faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah.

Hasil perhitungan nilai t hitung sebesar $2,163 > 1,663$, maka Ha diterima dan Ho ditolak artinya terdapat hubungan linier antara faktor psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro syariah. Besarnya pengaruh psikologi terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada lembaga keuangan mikro

syariah adalah 0,236 atau 23,6% dan signifikan karena nilai sig 0,033<0,05.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara bersama-sama. Adapun indikator dari uji F adalah dengan melihat tabel Anova yang dihasilkan dari output SPSS.

Tabel 4.21 Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.333	3	66.778	8.741	.000 ^a
	Residual	618.773	81	7.639		
	Total	819.106	84			

Sumber Data diolah 2018

Dengan tingkat signifikan 5% dan n=85 maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,32. Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa f hitung > f tabel (8,741 > 2,32). Dengan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti variabel independent seperti faktor budaya, faktor pribadi dan faktor psikologi secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependent.

Salah satu lembaga keuangan yang menerapkan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) adalah BMT. Dalam perspektif ekonomi islam Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) pada BMT Sabilil Mutaqien telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan syariat islam yakni menerapkan prinsip ketuhanan, nilai ini beranjak dari filosofi dasar yang bersumber dari Allah dengan tujuan semata-mata untuk mencari ridha Allah semata. BMT Sabilil Mutaqien lebih

mengutamakan adanya tolong menolong antar sesama, dalam menjalankan usahanya BMT sebagai pemberi modal dan nasabah sebagai peminjam pada pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA).

Syariat islam termasuk syariah perekonomian mempunyai komitmen untuk menjadi sebab kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia. Khususnya dalam bidang perekonomian, tujuan syariah islam adalah menciptakan keadilan dan kesejahteraan dalam berbisnis dan berusaha. Keadilan disini dipahami oleh seorang bahwa ketika berbisnis dan bermuamalah harus menaati syariah islam dan mengikuti petunjuk rasulullah SAW, bukan menuruti hawa nafsunya atau dengan cara batil demi mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dalam BMT Sabilil Mutaqien ini, menurut peneliti sudah melakukan keadilan sesuai dengan ekonomi islam, dikarenakan dalam menjalankan kegiatannya sudah sesuai dengan prinsip syariah. Dalam melakukan akad pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) memiliki porsi keuntungan sesuai dengan akad yang telah disepakati diawal dan harus jelas besar kecilnya nisbah. Jika salah satu pihak tidak mengetahui besarnya nisbah bagi hasil maka kontrak tersebut tidak sah, maka dari itu BMT Sabilil Mutaqien dalam menjalankan usahanya masih mengedepankan prinsip keadilan.

Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) dalam perspektif ekonomi islam diminati pedagang karena berbagai alasan yakni pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) terdapat pada BMT Sabilil Mutaqien yang berpedom pada Al-Quran dan Hadist, pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) berbasis cicilan dan

bagi hasil yang menguntungkan bagi nasabah dan BMT Sabilil Mutaqien, akad transaksi yang mudah sehingga memudahkan pedagang dalam meminjam dana. Dan terdapat dasar hukum fatwa DSN No-04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah yang menguatkan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA).

Hasil penelitian menunjukan dari faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) adalah faktor budaya, sedangkan faktor yang tidak berpengaruh adalah faktor pribadi. Hal tersebut diakibatkan karena faktor budaya mempengaruhi tingkat pengetahuan, dan meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari kebudayaan bersifat abstrak.

Kebudayaan didefinisikan simbol dan fakta yang kompleks yang diciptakan oleh manusia diturunkan dari generasi kegenerasi sebagai penentu dalam tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada. Budaya merupakan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya ada empat macam subbudaya yakni kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras dan kelompok geografis, sehingga faktor budaya menjadi sangat berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) dengan hasil perhitungan sebesar 31,9%.

Faktor yang tidak berpengaruh yakni faktor pribadi karena faktor pribadi sifatnya individu yang menentukan tanggapan untuk bertingkah laku, seseorang akan memutuskan pembelian suatu barang dapat dilihat dari sisi kualitas atau nilainya. Salah satunya persepsi terhadap kualitas produk, konsumen akan

mempersepsikan produk tersebut berkualitas atau tidaknya, maka keputusan konsumen untuk menentukan keputusan dipengaruhi oleh persepsi konsumen itu sendiri, sehingga faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) dengan hasil perhitungan sebesar 5,6%.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

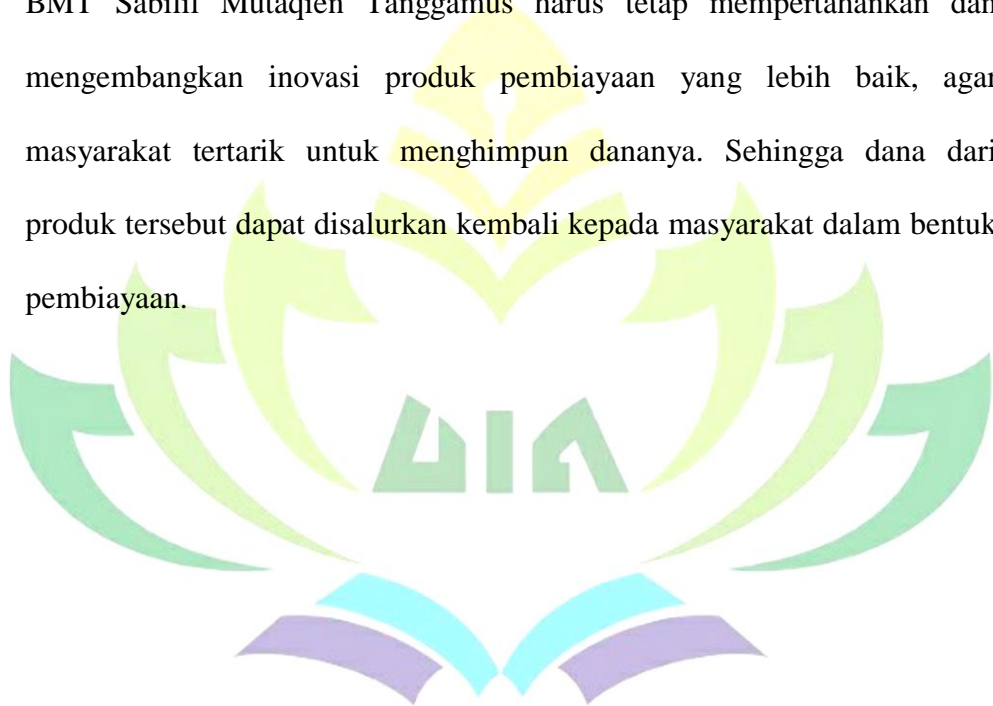
Dari hasil penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari kuesioner dan wawancara, dengan menggunakan metode analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang didalamnya terdapat uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas, uji regresi, uji hipotesis yang didalamnya terdapat uji t dan uji f, tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah sehingga diperoleh hasil yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan BBA pada lembaga keuangan mikro syariah yaitu sebesar 24,5%.
2. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa diantara tiga faktor yang terdiri dari faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologi yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah faktor budaya yaitu sebesar 31,9%

B. Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan kepada seluruh pedagang pasar agar dapat memanfaatkan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan sesuai dengan tujuan yang menjadi orientasi.
2. BMT Sabilil Mutaqien Tanggamus harus tetap mempertahankan dan mengembangkan inovasi produk pembiayaan yang lebih baik, agar masyarakat tertarik untuk menghimpun dananya. Sehingga dana dari produk tersebut dapat disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan.





Lampiran 2 *Analisis Deskriptif Jenis Kelamin pedagang*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	48.2	48.2	48.2
	Perempuan	44	51.8	51.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 3 *Analisis Deskriptif Usia Pedagang*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	12.9	12.9	12.9
	2	32	37.6	37.6	50.6
	3	28	32.9	32.9	83.5
	4	14	16.5	16.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 4 *Analisis Deskriptif Agama Pedagang*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	85	100.0	100.0	100.0

Lampiran 5 *Analisis Deskriptif Pendidikan Akhir Pedagang*

	Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SARJANA	6	7.1	7.1	7.1
	SD	18	21.2	21.2	28.2
	SMA	46	54.1	54.1	82.4
	SMP	15	17.6	17.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 6 *Analisis Deskriptif Jenis Dagangan Pedagang*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid air bersih	1	1.2	1.2	1.2
alat olahraga	1	1.2	1.2	2.4
alat tulis	3	3.5	3.5	5.9
Buah	5	5.9	5.9	11.8
Bunga	1	1.2	1.2	12.9
Elektronik	5	5.9	5.9	18.8
Emas	1	1.2	1.2	20.0
Etalase	1	1.2	1.2	21.2
Kain	15	17.6	17.6	38.8
Kendaraan	1	1.2	1.2	40.0
Klontongan	1	1.2	1.2	41.2
lauk pauk	5	5.9	5.9	47.1
Mainan	2	2.4	2.4	49.4
Makanan	14	16.5	16.5	65.9
Material	4	4.7	4.7	70.6
Mebel	1	1.2	1.2	71.8
Minuman	1	1.2	1.2	72.9
Obat	2	2.4	2.4	75.3
Sayuran	10	11.8	11.8	87.1
Sembako	11	12.9	12.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 7 *Analisis Deskriptif Modal Usaha Pedagang*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	70	82.4	82.4	82.4
2	10	11.8	11.8	94.1
3	1	1.2	1.2	95.3
4	3	3.5	3.5	98.8
5	1	1.2	1.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 8 *Analisis Deskriptif Lama Waktu Menjadi Pedagang*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	48	56.5	56.5	56.5
2	22	25.9	25.9	82.4
3	15	17.6	17.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 9 *Analisis Deskriptif Pendapatan Pedagang Perhari*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	62	72.9	72.9	72.9
2	16	18.8	18.8	91.8
3	7	8.2	8.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 10 *Analisis Deskriptif Pengeluaran Pedagang Perhari*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	41	48.2	48.2	48.2
2	40	47.1	47.1	95.3
3	4	4.7	4.7	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 11 *Analisis Deskriptif Jumlah Pembiayaan Yang diterima Pedagang*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	19	22.4	22.4	22.4
2	25	29.4	29.4	51.8
3	15	17.6	17.6	69.4
4	14	16.5	16.5	85.9
5	8	9.4	9.4	95.3
6	4	4.7	4.7	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 12 *Faktor Kebudayaan*

NO	Indikator-Indikator	R	Status
1	Saya memilih mengajukan pembiayaan di BMT yang sama dengan BMT lainnya yang dipilih keluarga saya	0,641	Valid
2	Saya memilih pembiayaan di BMT karena rekomendasi Pegawai BMT	0,562	Valid
3	Saya memilih mengajukan pembiayaan di BMT karena banyak teman saya yang menggunakan BMT tersebut	0,445	Valid
4	Saya tertarik mengajukan di BMT karena melihat teman/ keluarga saya mendapatkan dana pinjaman (pembiayaan) di BMT yang di ajukan	0,448	Valid
5	Saya mengajukan pembiayaan karena telah mengenal baik salah satu pegawai yang bekerja di BMT tersebut	0,520	Valid
6	Saya mengajukan pembiayaan di BMT atas rekomendasi keluarga/teman	0,636	Valid
7	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena situasi ekonomi	0,422	Valid
8	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena latar belakang pendidikan	0,594	Valid

Lampiran 13 *Faktor Pribadi*

No	Indikator-Indikator	R	Status
9	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena dapat memenuhi keputusan pokok saya	0,646	Valid
10	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena dapat memenuhi kebutuhan saya	0,629	Valid
11	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena pendapat saya melebihi UMR	0,558	Valid
12	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena saya memiliki aset yang bisa digunakan sebagai jaminan	0,256	Valid
13	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena BMT tersebut telah dikenal masyarakat	0,286	Valid
14	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena akses menuju lokasi BMT terjangkau	0,191	Tidak Valid
15	Saya tertarik melakukan pembiayaan di BMT karena syarat dan prosedur pengajuan pembiayaan cukup mudah	0,297	Valid

16	Sebelum saya memutuskan memilih pembiayaan di BMT saya merasa pembiayaan di BMT dapat membantu memenuhi kebutuhan saya	0,698	Valid
----	--	-------	-------

Lampiran 14 *Faktor Psikologi*

NO	Indikator-Indikator	R	Status
17	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena saya butuh dana	0,145	Tidak Valid
18	Saya mengajukan pembiayaan di BMT atas dasar keinginan diri sendiri	0,387	Valid
19	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh BMT yang saya pilih tidak membedakan status sosial	0,594	Valid
20	Saya mengajukan pembiayaan di BMT untuk modal usaha	0,038	Tidak Valid
21	Saya mengajukan pembiayaan di BMT yang saya pilih karena saya menabung di BMT tersebut	0,537	Valid
22	Saya mengajukan pembiayaan di BMT karena saya paham	0,575	Valid
23	Saya memilih BMT yang tidak menggunakan unsur bunga	0,523	Valid
24	Saya bertanggung jawab atas pembiayaan yang diberikan BMT kepada saya	0,467	Valid

Lampiran 15 *Keputusan Memilih Model Pembiayaan BBA pada Lembaga Keuangan*

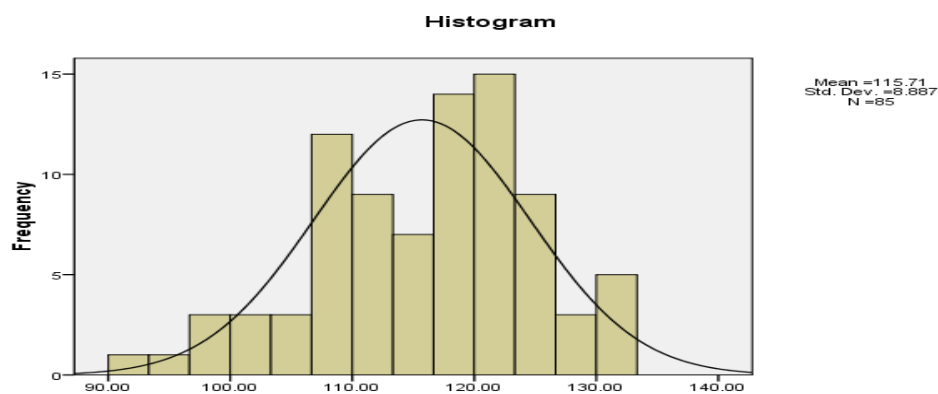
No	Indikator-Indikator	R	Status
25	pembiayaan pada BMT sudah sesuai dengan kebutuhan saya	0,518	Valid
26	Pembiayaan pada BMT sudah sesuai dengan saran teman	0,588	Valid
27	Pembiayaan pada BMT sudah sesuai dengan pilihan keluarga saya	0,564	Valid
28	Ada pertimbangan khusus mengapa saya memilih pembiayaan pada BMT	0,568	Valid
29	Dari sekian banyak pilihan BMT hanya satu yang saya pilih	0,666	Valid
30	BMT yang saya pilih sudah tepat sebagai pemberi modal usaha bagi saya	0,568	Valid
31	Saya akan kembali mengajukan pembiayaan di BMT yang saya pilih jika nanti butuh modal kembali	0,424	Valid

32	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT yang saya pilih	0,383	Valid
----	--	-------	-------

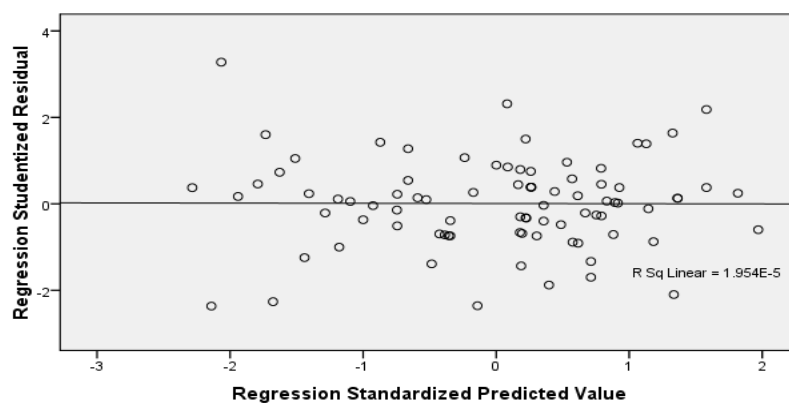
Lampiran 16 *Cronbach's Alpha*

<i>Cronbach's Alpha</i>	N Of Item
0,717	30

Lampiran 17 Histogram



Lampiran 18 *Scatterplot*



Lampiran 19 *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 ^a	.245	.217	2.76390	2.037

lampiran 20 *Coefficients*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.783	3.696		4.270	.000		
Budaya	.274	.094	.319	2.919	.005	.780	1.282
Pribadi	.063	.117	.056	.536	.593	.848	1.179
Psikologi	.271	.125	.236	2.163	.033	.785	1.275

lampiran 21 *Anova*

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.333	3	66.778	8.741	.000 ^a
	Residual	618.773	81	7.639		
	Total	819.106	84			

Lampiran 2 Kuesioner

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah BMT Sabilil Mutaqien

Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mei Via Indriani

NPM : 1451020238

Jurusan: Perbankan Syariah

Mohon bantuan bapak/ibu/sdr/i untuk mengisi kuesioner terlampir guna untuk kepentingan dalam penulisan skripsi berjudul: **Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (studi pada BMT Sabilil Mutaqien)**

data-data yang disampaikan dalam kuesioner ini sangat penting untuk penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar strata satu (S1) dan data yang bapak/ibu/sdr/i berikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

Atas kesediaannya bapak/ibu/sdr/i dalam pengisian kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Bandar Lampung

Mei Via Indriani

A. Karakteristik Nasabah

1. Nama nasabah
2. Jenis kelamin nasabah
3. Usia nasabah
4. Agama nasabah
5. Pendidikan terakhir nasabah
6. Jenis dagangan nasabah
7. Modal usaha nasabah
8. lama waktu menjadi pedagang
9. pendapatan perhari nasabah
10. pengeluaran perhari nasabah
11. jumlah pembiayaan yang diterima nasabah

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan bapak/ibu/sdr/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Beri tanda (V) pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Didalam angket ini, yakni persepsi (kenyataan) nasabah BMT Sabilil Mutaqien Tanggamus. Dalam setiap bagian masing-masing mengandung beberapa pertanyaan.
4. Ada 5 (lima) pilihan jawaban untuk masing-masing pertanyaan, yaitu:
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - N = Netral
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

